# LENGUA, COMUNICACIÓN Y LIBROS DE ESTILO

**Santiago Alcoba** (coordinador)

PREMISAS, 1

CONSEJO EDITORIAL

Santiago Alcoba
Universitat Autònoma de Barcelona

Eugeni Giral
Universitat Autònoma de Barcelona

José Manuel Pérez Tornero
Universitat Autònoma de Barcelona

Ramón Sarmiento
Universidad Rey Juan Carlos I, Madrid

Tapio Varis
Tampere University (Finlandia)

Manuel Ángel Vazquez Medel
Universidad de Sevilla

Lorenzo Vilches
Universitat Autònoma de Barcelona

Fernando Vilches
Universidad Rey Juan Carlos I, Madrid

# ÍNDICE


El Libro de Estilo
Santiago Alcoba 4

I. Lengua y Libros de Estilo
Ramón Sarmiento González y Fernando Vilches Vivancos, *Entidades públicas y Libros de Estilo* 24
Santiago Alcoba y Margarita Freixas, *Las palabras del Libro de Estilo: entre censura y sanción* 44
Gloria Clavería y Carolina Julià, *La adaptación de neologismos en el* Diccionario de la lengua castellana *de la Real Academia en el siglo XIX* 91
María J. Machuca, *Locución y prosodia en los medios de comunicación oral* 107
Lourdes Aguilar, *Pronunciación y estándar en los medios* 122
Daniel Casals Martorell, *Libros de estilo de medios audiovisuales en catalán* 146
Antonio Ríos Mestre, *Signos de puntuación y libros de estilo* 161
Albert Rico Busquets, *Llibres d'estil dels mitjans de comunicació escrits en català* 174

II. Comunicación y Libros de Estilo
José Manuel Pérez Tornero, *Televisión y Libros de Estilo. De la identidad normativa a la regulación comunitaria* 199
Alberto Gómez Font, *Los manuales de estilo en las agencias de prensa: el caso de la Agencia EFE* 221
Juan José Perona Páez, *Información radiofónica: redacción, locución y manuales de estilo* 238
José María Perceval y Javier Fornieles Alcaraz, *Tópicos y medios de comunicación: la punta del iceberg de los arquetipos sobre «el otro»* 260
Santiago Tejedor Calvo, *Libros de Estilo e Internet* 271
José Manuel González Huesa, *Servimedia, otra manera de informar* 288
Núria Simelio Solà, *Información y género: la representación de las mujeres en la prensa. Diagnóstico y propuestas* 323

Santiago Alcoba (coord.), Ramón Sarmiento, José Manuel Pérez Tornero *et al.*; ed. Margarita Freixas, María J. Machuca y José María Perceval, Barcelona, 2009. Publicación electrónica en http://mediamentor.org/es/publications
ISBN: 978 - 84 - 692 - 3369 - 6

# EL LIBRO DE ESTILO

Santiago Alcoba
*Universitat Autònoma de Barcelona*

Esta es la primera monografía dedicada a estudiar el objeto y las funciones de un Libro de Estilo (LdE) como instrumento de referencia para los usos lingüísticos del español. Se presenta aquí una magnífica colección de trabajos sobre diferentes aspectos del libro de estilo desde dos consideraciones fundamentales: la referida estrictamente a la lengua y la que se ocupa de los aspectos comunicativos paralingüísticos (diseño, tipografía, contenidos...). Se trata de responder a algunas cuestiones esenciales: ¿Qué se entiende por un LdE?, ¿cuál es el objeto de un LdE?, ¿en qué motivos se funda el LdE?, y ¿qué funciones satisface el LdE?

Estas preguntas tienen mayor relevancia cuando se refieren a un LdE de las manifestaciones de lenguas normalizadas, como el español y el catalán, dotadas de instrumentos lingüísticos que las fijan frente a la variación, en un momento determinado, y que les sirven de referencia en su difusión y usos en un período de tiempo: son lenguas que disponen de una gramática, de una ortografía, y de un diccionario (baste recordar, para el español, los trabajos de Nebrija, en los ss. XV y XVI, y de la Academia, a partir del s. XVIII, y, para el catalán, la estandarización de Pompeu Fabra, en el s. XX).

Con esta premisa y antes de responder a la pregunta de qué es un LdE, es preciso establecer quién necesita un LdE. No precisa un LdE el autor de una publicación personal, porque cualquier autor, aunque sea anónimo, se ha de atener a los instrumentos generales de la lengua: gramática, ortografía y diccionario; y en las variaciones estilísticas posibles se suponen opciones personales del autor, que luego sancionan o no los lectores o el público. Requiere, en cambio, un LdE

cualquier publicación o manifestación comunicativa de varios autores, de distintos autores, que firman o no el conjunto o las partes de una publicación plural en las manifestaciones comunicativas más diversas. Así, podemos entender como entidades necesitadas de un LdE y, por tanto, como LdE diferentes, la planta de un diccionario, las normas de redacción de una enciclopedia, las propuestas de redacción de una publicación periódica (ya se trate de periódicos o de revistas), la fijación de una puesta en escena de una obra de teatro, o las condiciones de manifestación de un sitio web (en textos, disposición, colores, imágenes y servicios), de un programa y de la correspondiente emisora de radio, de un programa y de la cadena de televisión que lo emite, de un bufete de abogados, de una firma de moda, y, en fin, de cualquier empresa plural que pretenda componer una imagen de comunicación singular.

El objetivo del LdE, según he señalado con anterioridad, en lo que se refiere a las manifestaciones lingüísticas de la comunicación, es, fundamentalmente, ofrecer una solución única y uniforme a las variantes lingüísticas propuestas como optativas o alternantes por los instrumentos de fijación de la lengua: gramáticas, diccionarios y ortografía. Pero en la comunicación intervienen también factores de disposición de colores, imágenes, tipografía, escenografía, sonidos, geometría de líneas, modas..., que también requieren de las soluciones y propuestas singulares y ponderadas del LdE. Por eso, en este volumen, que reúne diferentes trabajos sobre el LdE de entidades del mundo de la información, se agrupan estos estudios en dos partes: en la primera, los trabajos dedicados a diferentes asuntos de la lengua informativa y en la segunda, aquellos otros centrados en aspectos comunicativos determinados por el medio –Internet, la radio o la TV–, o por la entidad –una publicación periódica específica (nacional o local) o una agencia de servicio de noticias para las publicaciones periódicas de cualquier territorio de la lengua.

Una vez establecido el destinatario de un LdE, un comunicador plural, y cómo el LdE ha de unificar los procedimientos opcionales o variables de comunicación, lingüísticos y no lingüísticos, vamos a responder a otras cuestiones sobre el LdE, de manera que quede claro el objetivo y las funciones de este instrumento para situar mejor el sentido de las diferentes aportaciones reunidas en este volumen.

Si nos referimos al aspecto de la lengua, podemos decir que un LdE no es una gramática, ni un diccionario, ni una ortografía; pero el LdE establece, recuerda o precisa algunas reglas gramaticales de la lengua; resuelve cuestiones de regularidad, extensión y uso de algunas palabras; y fija aspectos de sonido o de grafía (en las publicaciones escritas), como el uso de la caja (mayúscula o minúscula) o el tipo (tamaño) y características de la letra empleada (redonda, cursiva, etc.). El LdE reúne un conjunto de decisiones sobre aspec-

tos de manifestación variable y estilística de la lengua referidas a los autores y a los textos de un medio de comunicación determinado para su fijación y unificación expresiva. Tiene como objetivo que todos los autores que intervienen en un medio de comunicación adopten la misma solución ante distintas alternativas expresivas o estilísticas.

Los motivos de un LdE se deben a la necesidad de conjugar tres factores: primero, los márgenes de variación y de opcionalidad en las reglas de la gramática y en el uso de las palabras y de las grafías; segundo, la pluralidad de autores y textos de un medio de comunicación; y tercero, la unidad y singularidad de cada medio de comunicación, que ha de manifestar una misma imagen, una unidad expresiva, una expresión uniforme de texto y autores en momentos sucesivos.

En términos parecidos podemos contestar en lo referente al sentido y a los motivos de un LdE en relación con los aspectos comunicativos no estrictamente lingüísticos: de color, imágenes, sonido, disposición, presentación..., de un objeto o medio de comunicación de autoría plural.

En concreto, referido a los medios de Internet, Santiago Tejedor, señala en su contribución que «es posible destacar dos grandes dimensiones dentro de un LdE. Por un lado, el aspecto relativo a las normas lingüísticas y, por otro, el relativo a las particularidades del trabajo periodístico: las normas lingüísticas, por un lado; y las particularidades de un trabajo periodístico que se desarrollada desde y para la Red, por otro».

Según Daniel Casals, en su capítulo, «el LdE es una herramienta al servicio de unos profesionales para el ejercicio de sus funciones. En las organizaciones complejas, como la de una administración pública o un medio de comunicación de masas, es especialmente útil un compendio de estas características, porque una medida como ésta –un LdE– tiene el objetivo de evitar la heterogeneidad de usos y velar por la unidad de acción, lo cual aporta calidad al producto ofrecido y, al mismo tiempo, afirma la (buena) imagen de la organización. [...] Disponer de un LdE revela la voluntad de dejar definida una determinada (buena) imagen corporativa ante la sociedad y, al mismo tiempo, de proyectarla en el servicio o en el producto que se comercializa por medio de la aplicación de los criterios que se fijan en un compendio de estas características. Tener LdE es incorporar una marca de calidad.»

Y a título de ejemplo, el mismo Daniel Casals recuerda que «entre las empresas de nuestro entorno que disponen de LdE de publicación en catalán las hay del sector financiero, con el *Llibre d'estil de la Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona*; del ámbito universitario, con ejemplos como *El llibre d'estil i documents d'ESADE* (1994), el *Llibre d'Estil de la Universitat Pompeu Fabra* (1996) y el *Llibre d'estil de las webs de la UPC* (1998), y, entre las administraciones

públicas, destaca el *Llibre d'estil de l'Ajuntament de Barcelona* (1995) y el *Llibre d'estil de l'Ajuntament de Mollet del Vallès*. Y todavía disponemos de la *Guia d'estil per a la traducció de software i pàgines web al català* y también del *Manual d'estil del Servei Meteorològic de Catalunya*, una herramienta también útil para los hombres y para las mujeres del tiempo de televisión y de radio y para las secciones de meteorología de los diarios».

De publicaciones en español, son conocidos, por citar algunos, los LdE de *El País*, *La Vanguardia*, *ABC*, *El Periódico*, *El Mundo*, y los de las agencias EFE y Europa Press, por no citar otros más especializados, para bufetes de abogados, empresas multinacionales, etc. Entre los medios radiofónicos, destacan los LdE citados en la contribución de Juan José Perona: RNE, Cadena SER, Onda Cero Radio, COPE, y COMRadio.

Y sobre el LdE para el ciberperiodismo, Santiago Tejedor recuerda, en su capítulo, que «el ciberespacio plantea exigencias comunicativas que no encuentran respuesta en las normas tradicionales de la redacción periodística. Ningún manual clásico de redacción explica cómo estructurar un artículo de manera hipertextual, cómo combinar eficazmente texto, imagen y sonido en una pieza multimedia; o cómo mantener por escrito un diálogo público y simultáneo con los lectores. [...] Es preciso, por tanto, alumbrar y difundir nuevas pautas prácticas que los periodistas puedan aplicar en su reto cotidiano de escribir para los cibermedios».

Con estas consideraciones, se reúnen en este volumen las reflexiones y trabajos de muy buenos especialistas que en sucesivos estudios se ocupan de distintas funciones del LdE en lo referente a la lengua y a los diferentes medios de comunicación: periódicos, agencias, TV, radio e Internet, entendidos como órganos comunicativos en los que intervienen otros muchos procedimientos además de la lengua. Por eso, los trabajos se distribuyen en dos partes: en la primera se reúnen las contribuciones que se ocupan de los asuntos más lingüísticos del LdE, y en la segunda, los que tratan aspectos más paralingüísticos o referidos a los medios informativos o de comunicación. Voy a referirme a la aportación de cada uno por medio de sus propias palabras, para transmitir, así, con la fidelidad de las citas, el sentido exacto de los objetivos y las conclusiones de cada capítulo.

## 1. Lengua y Libro de Estilo

Ramón Sarmiento y Fernando Vilches en su trabajo sobre el LdE en las entidades públicas, en la administración, examinan el nacimiento, el sentido o naturaleza y las funciones de un LdE destinado a los miembros de una entidad pública. En su

trabajo concluyen que «los *Manuales de estilo* son una herramienta de consulta necesaria en las Entidades Públicas: primero, para dar cumplimiento al mandato constitucional de eliminar todos los obstáculos que impidan la igualdad ante la ley; segundo, para satisfacer la demanda social que [...] ha venido exigiendo desde finales del siglo pasado un lenguaje sencillo e inteligible (*plain language*) para todos; tercero, para reducir el volumen enorme de documentación existente [...]; y cuarto, para transmitir una imagen de modernidad y de unidad de acción mediante una sola imagen institucional gráfica».

Según Sarmiento y Vilches, el LdE de una entidad administrativa «ha de ayudar a traducir lo específico a términos y expresiones de la lengua común. Debe recoger las peculiaridades de uso de las que ninguna gramática ni diccionario suelen dar cuenta, pero, además, ha de incluir otros aspectos que la teoría actual de la comunicación proporciona como, por ejemplo, tener muy presente que, para que el mensaje cifrado por el emisor sea efectivo, tiene que ser igualmente descifrado por el receptor».

Los LdE de una entidad pública, argumentan Sarmiento y Vilches en su trabajo, «han de ser por su propia naturaleza selectivos, lo que requiere de sus autores un conocimiento exhaustivo, profundo y práctico del lenguaje jurídico administrativo. Si han de recoger, por una parte, los *modos* y las *modas*, pero, por otra, han de responder a las necesidades actuales de traducción para el ciudadano medio, la empresa es todavía más difícil: exige trasladar al lenguaje sencillo conceptos y contenidos firmemente asentados por el uso de la especialidad». Por eso, como último fundamento del LdE, concluyen acogiéndose a la autoridad de Condillac expuesta en la máxima que citan: «solo se puede expresar bien lo que se concibe bien en la mente».

En el trabajo de Santiago Alcoba y Margarita Freixas se estudia la lista de palabras incluidas en el apartado «Sobre léxico» del *Manual de español urgente* (MEU) de la Agencia EFE. La finalidad de este análisis consiste en establecer qué tipo de palabras se incluyen en los apartados dedicados al léxico en un LdE y por qué motivos; con qué argumentación y qué explicaciones y tratamiento reciben las palabras en estos vocabularios compilados en un LdE.

Alcoba y Freixas fundan la elección de la fuente, el MEU de la Agencia EFE, en que este manual está «orientado» por el concepto de *neutralización del estilo* determinante de la *aceptabilidad* y de la *homogeneidad* de los textos, por un lado, y, por otro, dirigido a alcanzar la unidad de la norma estándar culta en todos los ámbitos del idioma (geográficos, sociales y sectoriales, ha de entenderse). Es especialmente significativa la fuente de estudio porque se refiere a textos o despachos que tienen como origen y destino informadores y publicaciones de todos los territorios de habla hispana. Esa homogeneidad está determinada por la condición de que los usos comunes o generalizados y extendi-

dos han de excluir particularidades locales o de sectores, y no han de difundir neologismos innecesarios ni usos pasajeros o poco extendidos, según el concepto de *neutralización* que orienta el MEU.

En este capítulo se concluye que los motivos de la colección de palabras tratadas en el LdE pueden agruparse en tres grandes categorías: censurar, acotar y sancionar su uso. Es una actitud entre la censura y la sanción; pero la sanción y autorización de uso es el motivo predominante de la compilación y tratamiento de las palabras por parte del MEU.

En cuanto a las clases de palabras incluidas en el MEU, Alcoba y Freixas argumentan que su acopio y consideración se debe a tres motivos de uso fundamentales: porque se usan como un desvío de lo regular, porque son objeto de abuso, o porque se manifiestan en vacilaciones de uso entre hablantes de un territorio o de territorios dialectales diferentes. Por eso requieren un tratamiento sancionador del LdE, que señala el uso regular, el uso general, el uso de más extensión o difusión, o el uso más propio de un territorio, de un grupo o clase de hablantes o de un habla sectorial: economía, derecho, deportes, etc.

Para los autores de este trabajo, un LdE como el MEU se refiere a las palabras que compila desde los principios de regularidad (morfológica y semántica) y de aceptabilidad o difusión como fundamento de sus propuestas, que van desde la censura hasta la autorización y sanción.

El capítulo de Gloria Clavería y Carolina Julià se refiere al DRAE como órgano de sanción o de referencia de uso de las palabras: «La adaptación de neologismos en la lexicografía académica» a partir de la observación de que «cada vez que sale a la luz una nueva edición del *Diccionario de la lengua española* de la Real Academia, uno de los aspectos que mayor expectación genera en la sociedad y los medios de comunicación es la admisión de nuevas palabras. Entre los neologismos que más impacto producen en la estructura del léxico de una lengua se encuentran los préstamos léxicos, por cuanto, al ser elementos creados en otros sistemas lingüísticos, pueden poseer estructuras formales distintas a las de la lengua que adopta estas palabras. En estas circunstancias, su incorporación a otro sistema lingüístico puede plantear problemas estructurales de carácter gráfico, fonológico y morfológico».

Clavería y Julià estudian en su capítulo las soluciones de la Academia, en el siglo XIX, en la incorporación y sanción de préstamos «con el fin de observar la postura que adoptó la Corporación en aquellos momentos ante las formas léxicas procedentes de otras lenguas que tenían unas características distintas a las del español». Este trabajo tiene particular interés para conocer el fundamento de las adaptaciones de los préstamos y la actitud de la Academia ante este fenómeno léxico, tal como se manifiesta en los ejemplos de dobletes formales que acogen las distintas ediciones del *Diccionario*, en su evolución y en su significado.

«Las distintas ediciones decimonónicas del *Diccionario* de la Academia traslucen la actitud de la Corporación en torno al problema de la admisión de los préstamos con unas propiedades estructurales distintas a las del sistema del español y su evolución a lo largo de la centuria», según ponen de manifiesto Clavería y Julià que concluyen su trabajo en estos términos: «En la última edición del Diccionario del siglo XIX (13.ª ed., 1899), se observan los orígenes de una forma de proceder que se desarrollará con mayor o menor fortuna a lo largo de la centuria siguiente y que consiste en admitir e incluso favorecer la forma adaptada para algunos préstamos, con lo que se genera un mayor número de dobletes. Así, surgen las grafías con <c> o <qu> para <k>, las formas asimiladas como *yate* o *coque*, y, en última instancia, se llegan a proponer las formas adaptadas para las unidades de potencia eléctrica. Esta actitud obedece a que, en las postrimerías del siglo XIX, la Corporación intenta aplicar unos criterios de admisión bastante bien definidos, directrices expresamente citadas en el prólogo de la última edición del siglo (13.ª , 1899): *la autoridad, la sanción del uso general bien dirigido, la buena formación de las palabras* y *su sujeción á las leyes por las que se rige nuestro idioma* (*Advertencia* de la 13.ª ed.). Todos ellos presiden la labor académica durante los últimos años del siglo XIX y permiten entender su actitud frente al neologismo y su asimilación».

En el capítulo de María J. Machuca sobre «Locución y prosodia» se analizan los rasgos prosódicos que utilizan los locutores de radio y de televisión, tanto en la oralización de un texto escrito como en las manifestaciones orales de la lengua. «En el primer caso, el locutor debe guiarse por los signos de puntuación que ha utilizado el redactor, en este sentido es muy importante la correcta utilización de estos signos. En el segundo caso, se trata del uso de los rasgos prosódicos que puede hacer cualquier hablante de la lengua española en cualquier intervención oral, sea locutor profesional o no, pero el locutor profesional debe conocerlo aún mejor para saber qué estrategias debe utilizar con unos objetivos concretos».

María J. Machuca, en su capítulo, quiere poner de relieve y destacar la importancia capital de los rasgos prosódicos en la interpretación y manifestaciones orales informativas: «en el primer apartado de este artículo se definen los rasgos prosódicos, en el segundo se lleva a cabo una revisión sobre cómo se trata la prosodia en los diferentes LdE de lengua oral, en el tercero se ponen de manifiesto los errores prosódicos más frecuentes en la lengua oral de los medios de comunicación, y en el último apartado se reflexiona sobre los diferentes aspectos prosódicos de la oralización».

En sus conclusiones, María J. Machuca aboga por un conocimiento más profundo de los rasgos prosódicos por parte de los profesionales de la radio y

de la televisión, lo que les permitiría más riqueza y una mayor expresividad en sus emisiones e intervenciones en los medios orales. Los manuales de estilo de radio y de televisión tratan aspectos propios de la lengua escrita y esporádicamente mencionan algunos aspectos relacionados con la lengua oral. Desde esta propuesta se concluye defendiendo un manual que trate todos los aspectos relacionados con la lengua oral de forma exhaustiva con recomendaciones sobre las mejores estrategias lingüísticas de oralización.

El capítulo de Lourdes Aguilar, sobre la identificación de un «Estándar de pronunciación en los medios», trata de la norma ortológica, en concreto, de las relaciones entre la pronunciación y la lengua normativa (o estándar o lengua correcta o lengua de prestigio), examinadas desde dos miradores: el de la descripción lingüística, y el más específico de la aplicación en la labor profesional de los informadores (de radio, o televisión). El trabajo comienza «por la cuestión de cómo ha sido integrada la descripción del sistema fónico de la lengua en la norma del español». Luego, Lourdes Aguilar estudia y establece los hábitos articulatorios que parecen haberse configurado como estándares, con especial referencia a los periodistas radiofónicos y a los presentadores de televisión en el territorio español e hispanoamericano.

Según Aguilar, «la tarea de definir un estándar de pronunciación del español es fundamental para su aplicación en la labor profesional de los comunicadores en radio y TV. No obstante, dicha tarea solo se ha acometido desde la enumeración de rasgos muy generales, tomando como criterios de clasificación principales el prestigio y la extensión del fenómeno». Y, para Aguilar, parece haber acuerdo en torno a la existencia de dos grandes normas lingüísticas: la castellana (del centro-norte peninsular) y la meridional (del sur peninsular, Canarias e Hispanoamérica). En el plano fónico, la distinción se funda principalmente en la existencia o ausencia de la [s] / [∅], si bien pueden describirse otros fenómenos como: la realización aspirada de la consonante fricativa velar /x/, la aspiración de la *-s* en posición final de sílaba o la diferente división silábica del grupo consonántico *-tl-*.

En su capítulo, Aguilar establece que, «si es difícil identificar las variedades dialectales, parece todavía más difícil llegar a seleccionar de entre todos los fenómenos posibles, aquellos que podemos considerar integradores de un estándar oral. Sin duda, se hace evidente la necesidad de continuar trabajando en una definición, [...] que identifique los rasgos que son privativos y no privativos del sistema. De esta tarea se han de beneficiar no solo los profesionales de los medios de comunicación, sino también otros mediadores lingüísticos, como los traductores».

Albert Rico, en su trabajo sobre «Llibres d'estil dels mitjans de comunicació escrits en català», empieza recordando que «en les primeres dècades del

segle XX es produeix una increment important de la premsa en llengua catalana del Principat. Un increment relacionat amb el paper cada vegada més rellevant de la premsa en la societat i amb el fet que les organitzacions polítiques de signe nacionalista necessiten mitjans de comunicació de masses per difondre les seves idees, uns mitjans que utilitzaran sobretot el català. Aquesta eclosió coincideix en el temps amb el moviment de reforma ortogràfica i lingüística que havia iniciat Pompeu Fabra a finals del segle XIX, a les pàgines de la revista *L'Avens* (posteriorment, *L'Avenç*), i que es va anar consolidant a principi de segle, quan la Mancomunitat de diputacions, presidida per Prat de la Riba, va confiar en les propostes del jove lingüista, vehiculades a partir de la Secció Filològica del recentment creat Institut d'Estudis Catalans (IEC) i plasmades, en primer lloc, en les *Normes ortogràfiques* de l'any 1913. La Mancomunitat va adoptar les normes del IEC en tots els documents que produïa la seva administració, i, seguint el seu exemple, ho van fer les principals publicacions, diàries o periòdiques, en català». Así, las *Normes ortogràfiques*, además de instrumento de normalización, se convierten en LdE de la Administración y de las principales publicaciones, diarias o no, permitiendo armonizar así los usos públicos, de referencia, administrativos e informativos de la lengua.

Frente a esta unidad de criterio y de uso, a principios del siglo XIX, en los usos públicos de la lengua catalana, después del franquismo, se ha de decidir entre dos posturas: de resistencia o de pureza, o bien de funcionaridad y transigencia, lo que hace más crucial la exigencia de las soluciones de un LdE: «El model de llengua que s'ensenyava durant el franquisme era resistencial i basat en els valors patriòtics. No servia, ara. Però, ¿quines conseqüències podien derivar-se de posar l'accent exclusivament en la funcionalitat de la llengua, i no en la "puresa"? ¿És possible, això, en una situació social en què la pressió asfixiant de la llengua oficial de l'estat fa que el domini del català trontolli en tots els àmbits i en tots els individus? Perquè, si es dóna entrada a tota mena de castellanismes amb l'argument que s'usen en la llengua del carrer, s'elimina lentament la diferenciació lèxica entre les dues llengües en contacte, s'abandona la idea que el català sigui una "llengua independent", com pretenia Fabra. En cas de dubte, la temptació de recórrer al calc o a la imitació dels recursos de la llengua veïna és inevitable. Al cap i a la fi, si ja hi ha una manera de dir les coses, de cobrir els buits, de resoldre cada nova exigència –encara que aquesta solució no sigui genuïna–, ¿per què cal trencar-se el cap buscant-ne una altra? La resposta, si només tenim en compte el caràcter funcional que ha de tenir la llengua, és òbvia».

Daniel Casals, en su estudio sobre «*Llibres d'estil en català*», presenta el panorama de LdE de medios de comunicación audiovisuales que tienen como lengua vehicular el catalán. El trabajo se estructura en los siguientes apartados: el primero trata sobre la definición, los objetivos, el contenido y el entorno de

un LdE según el carácter de las principales obras de este tipo que se han elaborado para medios de comunicación en catalán. El segundo apartado expone el contexto político-social en el que se han venido desarrollando los LdE de los medios de comunicación que se expresan en catalán. El tercer apartado recoge los principales rasgos de los LdE existentes para los media en catalán. El cuarto apartado se ocupa de una nueva generación de los LdE a partir del ejemplo del portal *ésAdir*.

Las conclusiones de este trabajo ponen de manifiesto que los LdE de los medios audiovisuales en catalán: 1) responden a un perfil determinado por las circunstancias políticas, sociales y culturales de los territorios destinatarios de los medios de comunicación que los elaboran; 2) tienen, en un primera fase, un contenido básicamente lingüístico a causa del proceso de normalización de la lengua catalana; 3) mantienen y actualizan el contenido lingüístico de manera que algunos prontuarios evolucionan, en una segunda fase, hacia la inclusión de asuntos más estrictamente informativos y periodísticos; 4) manifiestan la voluntad de proyectar una determinada imagen corporativa del ente, empresa o institución que los promueve; y 5) encuentran y aprovechan, más recientemente, en Internet, ventajas como la actualización permanente, y la agilidad de consulta.

En el trabajo de Antonio Ríos sobre *Puntuación,* se analiza el tratamiento de los signos de puntuación, como marcas prosódicas y como elementos ordenadores de las construcciones sintácticas, en algunos libros de estilo de medios de comunicación escrita. Se analizan las últimas ediciones del *Libro de estilo de ABC* (Vigara-Consejo de redacción de ABC, 2001), del *Libro de estilo* de El País (2003), *Libro de redacción* de *La Vanguardia* (2004) y el *Libro de estilo* de *El Periódico de Catalunya* (2007), así como el *Manual del español urgente* de la Agencia Efe (2005). En concreto, se ciñe a las consideraciones de la coma, del punto y coma y del punto.

El autor se ocupa de estos signos de puntuación como elementos indicadores de marcas prosódicas para concluir que a los signos de puntuación se les ha atribuido una finalidad fundamentalmente prosódica: marcar las pausas y la entonación en la lectura de los textos, anteponiéndola a su función gramatical de ordenar los constituyentes sintácticos y textuales. De ahí que, en general, la descripción de sus usos no se haya vinculado con la escritura, como elementos que reflejan las distintas relaciones que se dan entre las unidades que conforman el texto.

El tratamiento de los signos de puntuación en los libros de estilo de los medios de comunicación estudiados por Antonio Ríos «se inserta, en general, en esta tradición: en ellos se encuentran referencias a la realización de pausas y de determinados patrones entonativos, a pesar de ser del todo innecesarias

en la medida en que están destinados a cuidar de la corrección de producciones escritas; y no se observa un enfoque de la puntuación global que la conciba como una parte integrante del texto».

Además, según Ríos, «las normas de redacción periodística, que recomiendan los períodos sintácticos breves y un orden de constituyentes canónico, marcan un determinado estilo que condiciona el uso de los signos, aunque en ocasiones se llegue a desordenar el discurso y a provocar una "descohesión" de las ideas, con las consecuentes dificultades para la lectura y comprensión del texto».

## 2. Comunicación y Libro de Estilo

Esta parte del libro se abre con el capítulo de José Manuel Pérez Tornero, de la Univesitat Autònoma de Barcelona y director del máster sobre «Comunicación y educación», con un trabajo sobre *Televisión y Libro de Estilo. De la identidad normativa a la regulación comunitaria*.

Comienza el capítulo tratando de responder a la pregunta sobre la supervivencia de los LdE. Para ello enuncia una serie de cuestiones cruciales a partir de la definición siguiente del LdE: «Los LdE suponen un esfuerzo para obtener identidad: mantener un lenguaje, correcto, un estilo propio y construir, de este modo, la figura singular de un medio. La "identidad" mostrada y marcada, como hacen los LdE, constituye un signo de reconocimiento, es decir, un camino hacia la consolidación de lo que se ha llamado el *contrato enunciativo* y comunicativo que liga al emisor y al receptor».

Desde este concepto clásico del LdE, con esta premisa, Pérez Tornero enuncia, como procedimiento para vertebrar su argumentación, las siguientes cuestiones: «¿Qué son hoy día los LdE en un mundo mediático como el que nos encontramos? ¿Qué pueden ser los LdE en una televisión que abandonó la época *paleolítica*, pero que deja también la *neo-televisión* y avanza hacia la pluralidad y la multiplicación? ¿Qué función pueden cumplir si estamos pasando de la escasez televisiva al diluvio audiovisual sin solución de continuidad? ¿Puede haber identidad cuando hay miles de horas de televisión de oferta diaria? ¿Puede mantenerse siquiera la ficción de un contrato estable entre espectador y cadenas cuando la fragmentación domina el modo de consumo?»

Luego, para precisar mejor el entorno argumentativo, Pérez Tornero apunta algunas precisiones que destacan el sentido de las cuestiones sobre el LdE y orientan las reflexiones y consideraciones precisas del trabajo: «Cuando lo que se discute es una desestructuración de las identidades de los públicos, ¿qué identidad pueden mantener los medios? Cuando no sólo los medios convergen,

sino que emergen nuevos medios y nuevas relaciones comunicativas, ¿qué sentido tienen las normas de estilo? Cuando para significarse, más que normas, se pone de moda la trasgresión, ¿qué sentido pueden tener los LdE? Cuando, en una sociedad dominada por la des-localización y la globalidad, los medios tienen dificultades para reformular su espacio y su territorio, ¿cómo pueden saber qué normas tienen que organizar su imagen y figura?»

De hecho, el capítulo de Pérez Tornero plantea las dificultades y los cambios de los LdE actuales ante la nueva situación mediática con que nos encontramos a principios del siglo XXI: «a) la enorme dificultad con que se encuentran los actuales LdE a la hora de establecerse como normas operativas en un mundo mediático cada vez más amplio, más global, y más complejo y diversificado; y b) el cambio fundamental que se está produciendo en el contrato enunciativo y comunicativo –y las responsabilidades que de éste se derivan– entre un medio de comunicación y su público».

Las hipótesis de Pérez Tornero sobre el cambio que se avecina, según él, en los LdE son las siguientes: «A) que esta *normatividad identificativa*, que expresan los LdE, y sus consecuencias para la fijación de *contratos comunicativos* con sus receptores entran en crisis en esta nueva etapa de la comunicación mediática actual. B) Que la normatividad de que hacen gala –basada en la retórica de la emisión y no de la recepción y menos en la interacción– vendrá sustituida por una normativa-marco que tendrá que intervenir y gobernar en la producción cooperativa. C) Que, al mismo tiempo, muchas de las finalidades que persiguen los actuales LdE se cumplirán mediante herramientas informáticas-correctores, selectores léxicos, organizadores de información, visualizadores, sistemas expertos discursivos, etc. Es decir, todo un sistema de *inteligencia textual* que sustituirá paulatinamente a las normas de estilo. D) Que la normatividad basada en la verticalidad o en la autoridad formal que ahora tienen los LdE puede ser sustituida progresivamente por fenómenos de consenso inspirados en el trabajo cooperativo y en la relación de hetero-normatividad producida por la constitución de comunidades globales de habla. E) Que en el caso de la televisión, y del discurso audiovisual en general, entraremos en un período caracterizado por la ampliación de la competencia mediática y, por tanto, en un proceso estructurante de nuevas normas del lenguaje audiovisual. Probablemente estas normas derivarán en nuevos repertorios de reglas. F) Que los actuales LdE se insertarán en complejos sistemas de diálogo, consenso, regulación, investigación y participación». Sobre estas hipótesis se ordena la argumentación del capítulo dedicado a discutir la función de un LdE en el medio televisivo. El LdE, documento de *identidad normativa*, se ha de considerar, hoy, cada vez más, como instrumento de *regulación comunitaria*.

Alberto Gómez Font, de Fundéu, en su trabajo sobre la función del LdE en las agencias de información comienza advirtiendo cómo «mucho más que los

diccionarios, las gramáticas y los libros de ortografía, hoy en día las verdaderas guías de uso del español actual son los manuales de estilo, y la mayor parte pertenecen a los medios de comunicación, es decir, a la prensa, tanto escrita como oral». A esta consideración añade Gómez Font lo siguiente: «los verdaderos maestros del español son los medios de comunicación, que se encargan de difundir los nuevos usos de la lengua; hasta tal punto es evidente ese papel de la prensa que la Real Academia Española, al redactar la última edición de su diccionario (22.ª, 2001), utilizó los textos de la prensa como referencia y les dio la misma importancia, o quizás más, que a los textos surgidos de las plumas de los grandes escritores».

Tras sucesivas y detalladas observaciones sobre la función del LdE, concluye Gómez Font destacando su papel regulador y de compilación de acuerdos lingüísticos, convenios, compromisos, conciertos panhispánicos: «debido al auge de los medios de comunicación en español en los Estados Unidos, aumenta también el número de periodistas procedentes de distintos países hispanohablantes que al sentarse a redactar sus noticias, en las mesas de redacción de sus medios, casi sin darse cuenta van dejando de usar los localismos propios de cada país y van confluyendo en una forma de escribir en español válida para todos. Pero ese fenómeno se presenta en todos los grandes diarios, televisiones y emisoras de todo el mundo hispánico. Esa nueva forma de escribir en español necesita, cómo no, de unos acuerdos, y estos son inmediatos, se dan a medida que surgen las dudas. Y es importante que los LdE de los medios de comunicación recojan de inmediato esos acuerdos posibles y necesarios, y nos lleven en poco tiempo a crear un español internacional para todos los periodistas hispanohablantes».

«Los medios de comunicación están cada vez más adaptados a la dinámica de la globalización, son cada vez menos locales y más internacionales, y eso hace que sientan como necesario un español válido para todos: un español internacional y regular», según Gómez Font, con la homogeneidad uniforme del LdE, que sostiene la unidad de difusión frente la fragmentación de la variación dialectal.

Juan José Perona, en su trabajo sobre «Información radiofónica: redacción y locución», empieza recordando que «los periodistas que desarrollan su labor informativa en las emisoras pertenecientes a las principales cadenas de radio españolas disponen de manuales de estilo, aunque es bien cierto que buena parte de ellos no saben de su existencia. Esta circunstancia minimiza considerablemente el importante papel que, pese a su necesidad de actualización, tienen los LdE en el terreno de la comunicación informativa radiofónica, en tanto que, dada la especificidad del medio, se consagran como instrumentos de una gran riqueza para construir el sonido propio de cada emisora, para *persona-*

*lizar* las noticias, y, sobre todo, para generar ese contacto directo, *caliente* y mágico con el receptor que no consigue lograr ninguno de los otros medios de comunicación tradicionales».

Según Perona, «los informadores se han habituado a la particular forma de construir y verbalizar las noticias que domina en la empresa para la que trabajan, llegando a unificar casi *automáticamente* criterios semánticos (uso de determinadas palabras, modos de citar las fuentes, fórmulas de actualización, etc.) y estéticos (entonación, ritmo, actitud, etc.)». Pero, continúa el mismo Perona, «la reciente aparición de estos manuales neutraliza, sin duda, la extendida idea de que estamos ante herramientas de trabajo caídas en la más pura obsolescencia, pero al mismo tiempo evidencia la urgente necesidad que tienen algunos operadores de renovar estos textos para adecuarlos a los requerimientos de las nuevas rutinas productivas surgidas como consecuencia del desarrollo tecnológico y para acercarlos, también, a las demandas informativas de la sociedad actual».

El estudio de los LdE de diferentes medios radiofónicos permiten concluir a Juan José Perona que «apenas abordan cuestiones clave de la comunicación radiofónica, como la locución o el uso expresivo de los componentes del lenguaje propio de la radio, lo que resulta muy preocupante si se tiene en cuenta la capacidad del medio para generar imágenes auditivas y, especialmente, para transmitir, mediante la voz, la música, los efectos sonoros y el silencio toda esa información suplementaria que el receptor no puede ver». Para Juan José Perona, «los manuales se revelan, sin duda, como instrumentos necesarios y útiles en el seno de las redacciones, pero también es verdad que, para asegurar su eficacia, las emisoras deberían establecer planes de seguimiento para evaluar su aplicación real».

El capítulo de Josep M. Perceval, dedicado a la necesidad de tratar el asunto de los «Tópicos» en los LdE, empieza recordando y especificando el sentido del concepto: La raíz *topos* aplicada para formar una serie de términos científicos que nos hablan de fenómenos iterativos: *topografía, toponimia, topología, topometría*... Es una fórmula que utilizamos para ahorrar información, al darla por sabida o porque forma una frecuencia repetitiva. Literariamente, el término 'tópico' adquiere contenidos negativos ya que nos referimos a algo ya conocido, algo habitual y por tanto no creativo, la llamada «utilización de los lugares comunes», metáfora paisajística que nos indica la tranquilidad y ductilidad de su uso para explicar situaciones convencionales. Se trata, por tanto, de una ayuda, una alusión a un lugar común –algo compartido en el universo común mental al que pertenecen el comunicador y su receptor– que permite al comunicador ahorrarse información.

Según José M. Perceval, «en los medios de comunicación la utilización abusiva del tópico es peligrosa porque refuerza, al mismo tiempo que se refiere

muchas veces sin nombrarlos directamente, los arquetipos previos construidos sobre personas, grupos, colectividades étnicas». Y, por tanto, «los LdE deben afrontar la limpieza de todos los tópicos o lugares comunes con los que se ayudan los comunicadores a la hora de construir la información y de estructurar sus estrategias de comunicación». Porque, para Perceval, «en los medios de comunicación, se intenta compensar este exceso de negativismo sobre ciertas personas y colectivos con una dosis de buena voluntad y un mucho de ingenuidad. El resultado, desgraciadamente, es perverso. Por ejemplo, es un caso de xenofobia, disfrazado de simpática xenofilia afirmar que «Joaquín Cortés tiene raza» o que «Lleva en la sangre el gusto por la danza» lo que alude directamente al grupo étnico de origen, el gitano, sin necesidad de nombrarlo».

También advierte Perceval, con ejemplos argumentativos muy claros, contra la xenofilia de sentido contrario, porque «la xenofilia puede llevarnos a generalizaciones positivas sobre colectivos sociales o étnicos que son igualmente e ingenuamente racistas. "Se destacó su puntualidad inglesa", «uno de sus rasgos era su eficacia alemana», «los niños tenían la ingenuidad africana en sus ojos»... Todos ellos aluden, como la punta de un iceberg, a arquetipos más complejos y formados que se encuentran en la mente del receptor y conforman fronteras xenófobas entre personas y colectivos. Todos los calificativos «aparentemente positivos» utilizados por los comunicadores xenófilos tienen un lado perverso que es utilizado por los xenófobos. Si la prensa señala el carácter alegre de los andaluces es porque 'no trabajan en exceso'; si se destaca el carácter ahorrador de los catalanes es porque son 'avaros'; si se destaca la ingenuidad de los africanos es porque son de 'limitada inteligencia'».

Con estas útiles consideraciones, Perceval concluye así su trabajo: «los LdE deben realizar un estudio sin prejuicios sobre los lugares comunes, 'topoi', que los comunicadores utilizan. Estos lugares comunes, aunque ahorren información y faciliten la inteligibilidad de los textos, pueden provocar ruido y perversiones en la comunicación. Aunque es muy difícil realizar una lista, y menos exhaustiva, de estos 'lugares comunes', la ejemplificación es necesaria para que el comunicador construya su propia lista de tópicos que ha de evitar. La perversión más peligrosa es la utilización de generalizaciones sobre grupos y colectivos por razones sociales, culturales o étnicas. Estas generalizaciones sobre grupos étnicos pueden ser negativas provocando la xenofobia y la exclusión de estos grupos o pueden ser aparentemente positivas –sin dejar de ser generalizaciones–, provocando la xenofilia, pero no la inclusión de estos colectivos». Según Perceval, la xenofilia es más peligrosa, porque es más difícil de detectar y denunciar, por la aparente e inconsciente simpatía que otorga características positivas a grupos y colectivos sin ninguna base científica».

Santiago Tejedor comienza su capítulo sobre «Libros de estilo e Internet», advirtiendo que «La red de redes ha planteado importantes retos y complejos interrogantes en el escenario comunicativo: establecer las nuevas competencias del profesional de la información on-line, determinar las directrices de la producción de mensajes ciberperiodísticos, conferir una idiosincrasia o personalidad propia a unos medios nacidos desde y para la Red, esclarecer enrevesados problemas legales, y, entre otros muchos retos, fijar las pautas y las directrices de una escritura multimedia (para algunos, una ciberescritura) dotada de textos, fotografías, vídeos, sonidos y de una constante y cada vez mayor participación de los usuarios en la conformación del mensaje final».

Según Tejedor, los LdE, «concebidos como manuales con indicaciones, consejos y advertencias para llevar a cabo un eficaz uso del lenguaje informativo, adquieren un sentido mayor en la comunicación on-line. La convergencia de atributos informativos de diferentes medios de comunicación (como la radio, la prensa en soporte papel y la televisión) en la Red, subraya la pertinencia de construir manuales que orienten y guíen a los ciberperiodistas en su quehacer profesional».

De un trabajo anterior, el mismo Tejedor recuerda que «en el caso del periodismo electrónico, se plantea la necesidad de elaborar un conjunto de directrices de carácter multidisciplinar que, por un lado, posibiliten el acercamiento de los periodistas más analógicos a la redacción ciberperiodística y que, permitan, por otro lado, ofrecer a los usuarios (en su rol de lectoactores) acceder a una información clara, rápida y funcional. [...] La creación de un LdE para los diarios electrónicos, entendido como un conjunto de normas o consejos de redacción, edición y diseño, puede contribuir ampliamente a introducir un poco de orden y claridad en las redacciones de los periódicos digitales. Y, si bien cada medio deberá "personalizar" su LdE en función de sus características, existen una serie de aspectos compartidos que pueden ayudar en el proceso de consolidar las bases de una redacción ciberperiodística».

Para Santiago Tejedor, en fin, «la naturaleza convergente y multimedia de la red de redes hace que la creación y aplicación de los LdE constituya un hito crucial en el proceso de consolidación del periodismo on-line en la medida en que: A) los LdE para Internet contribuyen a conferir una mayor calidad (en términos de presentación de los contenidos) a la información de los cibermedios. De esta manera, ayuda a aportar más credibilidad y prestigio al periodismo de Internet. B) Los LdE para Internet servirían para formar en las nuevas habilidades y destrezas que requiere la Red. Y C) los LdE para Internet desempeñan una labor decisiva en la conformación de una imagen de marca del medio en cuestión, ya que refuerzan la cohesión y la unidad de los contenidos difundidos».

José Manuel González Huesa, de Servimedia, en su capítulo sobre *Periodismo social* y la comunicación social para las empresas, se refiere al LdE de la agencia de noticias que dirige. Empieza destacando que escribe desde el primer medio de comunicación que se incorpora a Forética, un foro que agrupa a empresas que tienen el objetivo de promover la responsabilidad social, y que pertenece a la Red de Medios de Comunicación Europeos y Discapacidad. Asimismo, Servimedia organiza, junto con expertos universitarios, cursos y jornadas sobre la comunicación de la responsabilidad social de las empresas.

González Huesa se refiere al LdE de Servimedia como manifestación de un compromiso con la información, con la implicación del periodista con lo que pasa en la sociedad, para dar un paso más allá en el seguimiento diario de los acontecimientos. Desde esta perspectiva, destaca cómo el LdE de Servimedia se refiere al valor de la persona, de manera que más que atenerse a lo que llamamos «corrección política» del lenguaje, lo que interesa como periodistas es afinar en aquello que la palabra representa para no herir a las personas que son protagonistas, centrales o casuales, de la noticia. Así resuelve y argumenta cómo referirse a las personas de talla baja, a las personas con discapacidad visual, a las personas con enfermedad mental, al fenómeno de la inmigración, al racismo y a la xenofobia, a la homofobia, a determinados aspectos de la moral y de la religión, a las adicciones, a la prostitución, a los menores, a los malos tratos, y a las personas sin hogar. A este respecto, destaca González Huesa la propuesta del LdE de Servimedia sobre la solución (¿meliorativa?) del uso de siglas adoptada en otras lenguas: «lo que no nos parece adecuado, y es práctica que se va extendiendo, es el uso periodístico de PSH, siglas de personas sin hogar, al estilo del francés SDF, "sansdomicilie-fixe" (sin domicilio fijo). Llegará un momento en que nos encontraremos ante un titular tan rocambolesco como éste: "Hallan 207 PSH resguardados bajo carpas de PVC". Porque, además, corremos el riesgo de identificar en el futuro también de este modo a los PCD (personas con discapacidad), EDC (enfermos de cáncer) o PTB (personas de talla baja). No empleemos siglas para referirnos a personas».

El LdE de Servimedia también estudia y resuelve el tratamiento textual de referencias a las personas mayores, a la salud y a la ciencia, al suicidio, al medio ambiente, y a algunos asuntos más. «Contrastar una información difundida en Internet debe considerarse una nueva tarea del periodista profesional. Si se quiere contar con la participación del ciudadano, por medio de sus textos e imágenes, el periodista debe extremar su celo para hacer cumplir la regla de oro del periodismo, que es contrastar los hechos. Este ya no es un problema de opinión, del que se responsabiliza su autor: hablamos de cooperar con el lector, de hacerle partícipe del proceso de construcción de la información».

Núria Simelio, dedica su capítulo a «la representación de las mujeres en la prensa» y comienza señalando que «Los resultados de varias investigaciones realizadas por el grupo de investigación *Mujeres y Cultura de Masas*, han puesto de manifiesto que en la prensa de información general, desde la transición, persisten rutinas de construcción de noticias y formas de enfocar y tratar la realidad que impiden dar cuenta de importantes transformaciones sociales ocurridas a partir de los inicios de la democracia».

En este capítulo, Núria Simelio explica «cómo los periódicos de información general no han reflejado la incorporación de las mujeres a la actividad pública y cómo tampoco han colaborado a mostrar este cambio como positivo. Por tanto, han fomentado que mujeres y hombres no asumieran su papel activo como sujetos con derechos políticos y no han hecho visible a la ciudadanía plural para apoyar el reconocimiento de los derechos básicos civiles y políticos al conjunto de la sociedad». Después de exponer este diagnóstico, Núria Simelio, en su trabajo, hace propuestas de estilo y producción de noticias para fomentar que los periódicos muestren de forma positiva una sociedad con igualdad de oportunidades.

Las investigaciones expuestas en su trabajo sobre el tratamiento que reciben las mujeres en los medios de comunicación confirman, según Núria Simelio, la existencia de un tratamiento informativo de los distintos medios de comunicación y profesionales del periodismo que adoptan un enfoque compartido basado en un sistema simbólico androcéntrico y patriarcal. El análisis de contenido de la información de los medios permite concluir a Simelio que «las mujeres están muy poco representadas en la información de los medios de comunicación tanto escritos como audiovisuales y que además reciben un tratamiento que a menudo las sitúa como víctimas, personajes marginales o seres débiles e incapaces».

Ante esta situación, Simelio concluye con estas preguntas que le permiten destacar, entre las funciones de los LdE, una determinada respuesta necesaria: «¿Cómo podemos cambiar esta situación? ¿Qué tratamiento debemos aplicar? ¿Qué pautas recogidas en manuales como los LdE podemos seguir? Hemos visto cómo se están haciendo esfuerzos para aplicar otros enfoques informativos más igualitarios y que se intentan introducir normas tan básicas como acabar con el lenguaje claramente sexista, incorporar la igualdad de género en los LdE o diversificar y ampliar las fuentes de información. [...] Es necesario un cambio global en el periodismo y en la educación. En este sentido, las nuevas tecnologías de la información pueden ayudar a la aplicación de otros enfoques y otras pautas para la construcción de las noticias».

En los sucesivos capítulos de los diferentes autores se verá cómo el LdE, de cualquier clase o medio, propone, en lo referente a la lengua, la opción más

adecuada entre las distintas variaciones electivas de la gramática y del uso de algunas palabras, y resuelve cuestiones como el uso de ciertas grafías, en una manifestación uniforme y sin vacilaciones entre autores y textos en sucesivos momentos de la publicación.

Y en lo referente al medio (prensa, agencia de noticias, radio y TV), en cuanto a las funciones y configuración de diseño o disposición de servicios, podemos decir algo parecido. El LdE resuelve las opciones, posibilidades y variaciones creativas de la autoría plural en una manifestación singular, coherente y sistemática. Porque en las manifestaciones de un objeto o medio de comunicación es mejor optar por una expresión uniforme y sistemática (corregible si no es acertada) que la presencia simultánea de variaciones y vacilaciones entre autores y textos diferentes. La convivencia en un mismo medio de comunicación de manifestaciones y soluciones distintas, aunque algunas puedan considerarse «brillantes» por su autor, si son de lengua, expresa confusión y conduce a la incomprensión y a la fragmentación, y si se trata de elementos comunicativos paralingüísticos, expresa desconcierto y lleva al descrédito y desafecto.

Como instrumento de normalización, parejo a la gramática, el diccionario y la ortografía, el LdE, documento de *identidad normativa,* se ha de considerar, hoy, cada vez más, un instrumento de *regulación comunitaria,* según la propuesta de uno de los capítulos de esta primera monografía sobre el LdE.

# I.
# LENGUA Y LIBROS DE ESTILO

Santiago Alcoba (coord.), Ramón Sarmiento, José Manuel Pérez Tornero *et al.*; ed. Margarita Freixas, María J. Machuca y José María Perceval, Barcelona, 2009. Publicación electrónica en http://mediamentor.org/es/publications
ISBN: 978 - 84 - 692 - 3369 - 6

# ENTIDADES PÚBLICAS Y LIBROS DE ESTILO

Ramón Sarmiento González y Fernando Vilches Vivancos
*Universidad Rey Juan Carlos I*

En las páginas que siguen nos proponemos ilustrar cómo y por qué surgieron los manuales de estilo; qué son y qué no debieran de ser; y, concretamente, para qué sirve un manual de estilo en el ámbito de una entidad pública.

## 1. Estamos asistiendo a un cambio sociocultural

Fernando Lázaro Carreter ha señalado en múltiples ocasiones que, lamentablemente, los modelos lingüísticos de nuestra sociedad no son ya los grandes escritores a los que la escuela proponía como modelos de lo oral y de lo escrito, sino los que la prensa y, sobre todo, la radio y la televisión mitifican o convierten en objetos de consumo de las masas. Estamos asistiendo a una revolución cultural tecnológica y a un cambio de paradigma sociocultural en el sentido de Thomas S. Kuhn (1962): «Las revoluciones como cambios de concepto del mundo», en donde la influencia de los medios de comunicación sobre el destinatario es mucho más intensa, mayor y, sobre todo, más rápida de lo que había sido tradicionalmente. Hoy el comunicador tiene una autoridad tan decisiva sobre un lector, sobre un oyente o un espectador que, en general, no cuestiona el uso que dicho profesional hace del lenguaje ni de los contenidos que difunde. Al contrario, arrobado y magnetizado ante la letra impresa, ante la palabra o ante la imagen impactante, el espectador medio no sólo admirará al comunicador, sino que tenderá inevitablemente a reproducir su forma de escribir, de hablar y de comportarse.

Como bien advirtió hace años el norteamericano J. A. Fishman (1969: 50) en *Sociología del lenguaje*, «uno de los comportamientos sociales ante la lengua mejor conocidos es la estandarización, es decir, la codificación y aceptación dentro de una comunidad lingüística de un conjunto de hábitos o normas que definen el uso 'correcto' (...). Dada la codificación como un objetivo, se formula y se presenta a toda la comunidad lingüística, o a parte de ella, como un bien deseado mediante gramáticas, diccionarios, ortografías, libros de estilo...» y constata a renglón seguido que «las clases sociales superiores –media y alta– (...) llegan, al menos en ocasiones formales, con mayor rapidez a una lengua estándar común que las clases inferiores, que permanecen fragmentadas y cerradas». Pero, por el contrario, las clases sociales inferiores parece que son menos leales a su código idiomático que las clases superiores. En efecto, las clases inferiores siempre han mostrado tendencia a imitar los usos idiomáticos de las clases sociales superiores por el prestigio sociocultural y, ahora, por la imagen que proyectan. De ello, es revelador el mismo título bajo el que J. A. Fishman (1969: 112-113) trata el tema: «Proletarios del mundo, uníos».

## 1.1. Nos hallamos ante una nueva situación

En este nuevo escenario en el que estamos inmersos, el lenguaje de la calle –tan diferente y vario y, a veces, tan incorrecto a fuerza de ser vivo– se ve reproducido tal cual en los medios como soporte de textos o de imágenes. Y, en consecuencia, ha provocado el alzamiento de voces que denuncian el mal uso y el empobrecimiento del lenguaje: «caminamos hacia el desfallecimiento del estilo», ha señalado Manu Leguineche; «nunca en los periódicos han escrito tanto y tan mal», reconoce Cándido; «estamos en un momento de insensibilidad idiomática», afirman algunos académicos. Y algo de verdad debe de haber en todo ello, porque en las últimas décadas han proliferado múltiples y variados Manuales de Estilo[1]. Si la situación aludida es tal que existe un deterioro general en el uso de la lengua, conviene saber que de ello somos responsables todos, pero no sólo el periodista, el comunicador, porque éste es un individuo más de la sociedad, aunque por ser un intermediario directo que ejerce un fuerte impacto sobre el ciudadano, si algo puede exigírsele, es responsabilidad lingüística, esto es, un uso decoroso del instrumento de comunicación.

[1] Nos ocuparemos de los *Manuales de Estilo* (MdE) en el sentido más cercano al ámbito idiomático; no es nuestro propósito versar sobre *Guías de estilo*, que se ocupar de ilustrar a diseñadores y programadores del interfaz de un sistema, etc.

Todos podemos aducir ejemplos, carencias evidentes y malos usos lingüísticos de la lengua en los medios de comunicación: reiteraciones de términos y cacofonías («...ha*BRÁ BA*lance, señorías, pero en su momento»), incomprensión de determinadas acepciones o confusión (por ejemplo: en la comunicación política, no hay *problemas* sino *problemáticas*; en la comunicación deportiva, se nos informa de que existe «un equipo cuya *filosofía* es tratar el balón con delicadeza»); se recurre al uso de extranjerismos innecesarios como *nominar*: «fue *nominada* para entrar en Gran Hermano...» (aunque el DRAE, 22.ª ed., ya ha incorporado desafortunadamente este significado en la tercera acepción); y ahora, ante la proximidad de las elecciones, los partidos desencadenan 'luchas *intestinas*'; hemos llegado a Barcelona en un 'vuelo *doméstico*', que, en puridad, es ir de la cocina al salón sin tocar el suelo); se recurre al uso de barbarismos como *contemplar*: «el equipo *contempla* la posibilidad de puntuar...» por «considera la posibilidad de...»; «las leyes *contemplan* una revisión salarial...», por «disponen», o «prevén...»; gran ignorancia idiomática es introducir cambios de género en nombres como «cayó dentro *del mismo área*», «sintió *mucho hambre*»; y, lo que es peor, estamos asistiendo a un endémico empobrecimiento del léxico: el anglicismo *especular* ha eliminado formas como *conjeturar, suponer, sospechar, barruntar*...; el verbo *provocar* está siendo utilizado para cubrir las acepciones de *causar, originar, ocasionar*, como en usos de tipo «el accidente *provocado* por el adelantamiento imprudente»; pero un uso más impropio es el relegamiento de las preposiciones («*de cara a* mañana, el tiempo será inestable», por la sencilla expresión «*para* mañana»; «Ronaldinho tira *sobre* puerta» en vez de «*a, hacia* o *contra* la puerta»); la hinchazón y pomposidad lingüística propia de algunos comentaristas que disertan «sobre la belleza estelar del evento balompédico»; puntuación incorrecta y caprichosa que dificulta la comprensión de los mensajes (separación caprichosa del sujeto y del verbo o de éste con su complemento directo mediante la denominada 'coma de respiración'), y hasta hay costumbre de añadir «*un largo* etcétera», como se dice y escribe por todas partes, por si «etc.» no bastara ya como longitud excesivamente indefinida (Sarmiento y Vilches 2007), aunque también se encuentra la memez contraria, el no menos pomposo «*un corto* etcétera».

Permítasenos un último ejemplo ilustrativo de la conveniencia de usar bien el lenguaje. Un buen día a alguien se le ocurrió entrar en un banco y se dirigió al Director en estos términos: «vengo a comprar un crédito». La cara de perplejidad que puso el empleado reflejaba, en primer lugar, el poder de las palabras: (pensaba) el banco ya no *concedía* un crédito, sino que lo *vendía*; en segundo lugar, la cara de asombro respondía también a un concepto muy diferente, lo insólito de la situación: «¡Caramba, este señor tiene dinero!; marca su diferencia a través del lenguaje». Es curioso observar, pues, cómo los bancos

y los medios de comunicación nos imponen un lenguaje envenenado, porque para quien llega a un concesionario de automóviles en Las Ramblas y dice: «me *concede* Vd. este Ferrari deportivo», la respuesta es clara: «¡Cómo que si se lo concedo! Usted me lo paga y yo se lo vendo encantado». Álex Grijelmo, en la *Seducción de las palabras* (2000: 182-183), subraya que estos usos no son inocentes. La fuerza de la palabra, hecha costumbre, permite ocultar la realidad de una situación que expresamos con palabras equívocas, pero que por el uso viciado identificamos como unívocas.

Todos estos ejemplos sirven para ilustrar una realidad multiforme: la del uso del idioma. ¿Qué hacer?

## 1.2. ¿Por qué y para qué surgieron los Manuales de Estilo?

La obsesión por los Manuales de Estilo parece haber nacido de la pretensión de legitimarse socioculturalmente las industrias editoriales a través de la publicación de libros de estilo que fijaran su marca de calidad y su imagen. El traslado a los medios de comunicación es la respuesta lógica que otras industrias dan a los reclamos de los consumidores. Proclamar la calidad del producto a partir de la idoneidad del proceso de diseño y fabricación parece ser una consigna de la era actual para cualquier empresa que vive de productos de consumo. Es fácil observar hasta qué extremo se ha llevado la cuestión en la práctica de agencias internacionales de noticias como Reuters y AP, Associated Press, cuyo manual de estilo revisado con el subtítulo de «La Biblia de los periodistas» fue editado en 1975, con una tirada de 700.000 ejemplares, con el propósito de imponer a sus productos un estilo neutro, uniforme, imperceptible, económico y apto para el más amplio número de receptores, incluidos los más exigentes en cuanto a calidad de información. Y de ahí la necesidad sobrevenida, como señaló Joshua A. Fishman, de presentar a la comunidad idiomática algunas conductas lingüísticas como «un bien deseado». Con esto, intentamos resaltar aspectos socioculturales –y también económicos– que estuvieron en el origen de la proliferación de los Manuales de Estilo en los medios de comunicación y luego en otras entidades.

Nos hacemos eco, asimismo, de la opinión generalizada de que el «marketing» pudo haber estado en el origen de los Manuales de Estilo, pero ¿eran realmente necesarios desde una perspectiva estrictamente idiomática? Porque podemos preguntarnos, entonces, para qué están los diccionarios; para qué sirven las gramáticas y las ortografías. A este propósito, Alberto Gómez Font (1998) escribió en la revista *ELE Espéculo* (UCM) que «quienes dictan la norma de uso no son los diccionarios, ni las gramáticas, ni los libros de ortografía; hoy en día –leemos allí– las verdaderas guías de uso del español actual son los manua-

les de estilo y en su mayor parte pertenecen a los medios de comunicación, es decir, al periodismo tanto escrito como oral».

Hemos reproducido estas palabras para resaltar el mutuo acuerdo según el cual los Manuales de Estilo debieran de ser verdaderas guías de uso en donde se encontraran resueltas muchas dudas que ni los diccionarios, ni las gramáticas, ni los libros de ortografía alcanzan a esclarecer; pero no acertamos a ver que los medios de comunicación sean los verdaderos maestros del idioma, porque en realidad no pasan de ser instrumentos y porque, si se actuara inteligente y eficazmente sobre ellos por ser «los que llevan la voz cantante de los nuevos usos» –y ahora la imagen– hasta los lugares más recónditos, podrían servir ciertamente para nivelar el estándar oral, aunque dudamos mucho de que sirvan en igual grado para modelar el estándar escrito. Y como en realidad no se produce este milagro idiomático, tenemos que pensar que algo falla: en primer lugar, se olvida frecuentemente que el código oral y el escrito son manifestaciones diferentes de la misma lengua; en segundo, hay que tener presente la obviedad de que el Manual de Estilo no es una gramática ni un diccionario ni una ortografía. Entonces, ¿qué es o qué debe ser?

Hay un hecho cierto: las lenguas se nos muestran como instrumentos de comunicación sumamente complejos cuya hipotética simplicidad es todavía un arcano a la luz de los avances de la ciencia actual. Hoy por hoy, la doctrina horaciana de que el uso es el árbitro y señor de las lenguas (*ius et norma loquendi*) sigue vigente. Y se preguntarán, ¿qué tiene que ver esta reflexión con los Manuales de Estilo? Dicho sencillamente, que, si en la lengua en cuanto sistema conviven varios usos; que, si en la competencia comunicativa entran aspectos tan diversos como los que van desde las conductas sociales, pasando por los hábitos lingüísticos y pragmáticos hasta las aptitudes psicológicas individuales, mucho nos tememos que sea más difícil elaborar *una guía de uso* para los medios de comunicación que escribir una gramática o redactar un diccionario, porque dicha guía exige, en primer lugar, estar atento a los usos comunicativamente eficaces (donde las modas priman sobre los modos y donde la lengua es compañera del imperio); y, en segundo lugar, porque en la guía no pueden estar recogidos exhaustivamente todos los usos ni todas las reglas ni todos los aspectos de la competencia comunicativa. Como guía, ha de responder necesariamente a criterios estrictos de selección ordenada, siempre en concordancia con los usos denominados *modos* y *modas* idiomáticamente vigentes en cada momento; y aquí radica el intríngulis del acierto o desacierto, de la utilidad o inutilidad de un Manual de Estilo. Un verdadero problema con el que inevitablemente hemos tropezado quienes nos propusimos elaborar algún manual de estilo[2].

[2] *Cf.* Whitney Quesenbery (2001).

## 1.3. ¿En qué consiste y qué no debe de ser un Manual de Estilo?

Para ser verdaderamente útil, un manual de estilo debiera de constar de un conjunto mínimo de reglas operativas que faciliten al emisor producir un mensaje comunicativamente eficaz con el menor coste de medios y mayor simplicidad de contenidos a fin de que el destinatario pueda descifrarlo con el mínimo esfuerzo e igual economía de medios. Esta definición de manual de estilo se aparta de las convencionalmente insertas en los manuales destinados a la promoción de la imagen pública de los medios como producto de consumo, y, por consiguiente, plantea la noción de manual de estilo como un manual de producción y de recepción, que recoge no solo los aspectos léxicos, semánticos y gramaticales, como ocurre predominantemente en los ejemplos hispanoamericanos de *Clarín* (1997) o de *La Nación* (1997), sino que, además y sobre todo, aporta las herramientas y operaciones garantes de que el producto sea lo que sus editores desean «comunicativamente», algo en lo que el *Handbook* de Reuter supera a todos los demás que conocemos. Los manuales de estilo deben ser como un auténtico «libro de cocina», pero no una «enciclopedia». Su utilidad reside en que recoge lo que no está dicho en otras partes, luego es un instrumento de acopio de información selectivamente ordenada al servicio de la producción y de la recepción del mensaje. Por ello, no puede ser una repetición de lo que en los diccionarios, las enciclopedias y en las gramáticas aparece enunciado ya[3].

Un Manual de Estilo justifica su existencia especialmente por dos características definitorias: por su utilidad y por su economía de costes. Para ser útil, un manual de estilo debe ser una herramienta de consulta manejable y moldeable, permanentemente abierta sobre la mesa o, mejor aún, dispuesta al alcance de un solo dedo en el teclado del ordenador. Para ser económico, debe ser renovable rápidamente a medida que el producto mismo evoluciona, siguiendo las demandas del mercado y del desarrollo de la tecnología y de los lenguajes sociales, verbales, visuales, simbólicos. Por consiguiente, un manual de estilo no debe ser un ideal de realización; un plan de cómo los ángeles harían tal cosa en un hipotético mundo, sino una guía práctica de cómo se hacen las cosas en una organización, aquí y ahora. Dado que en un manual no puede estar todo lo que los diccionarios y las gramáticas exponen, pero no puede faltar ni sobrar nada de lo que se considera en un momento dado como obstácu-

[3] *El libro de estilo*, según escribió A. Grijelmo, es como la Constitución de un periódico. Incluye normas éticas y profesionales, y también lingüísticas, pero éstas no deben confundirse con una gramática ni con un diccionario: se trata de normas de estilo, es decir, de la elección de determinadas palabras u opciones entre las varias posibles en cada caso.

los a una comunicación eficaz, debiera de aparecer formulada cada tarea como una regla de fácil comprensión juntamente con un ejemplo negativo y con otro positivo, seguidos de la explicación en términos de conceptos fundamentales y de experiencia de por qué es mejor una que otra. Si es posible, debiera de recoger en nota al pie de página algunas lecturas recomendables para ampliar la comprensión del tópico. Porque un buen manual ha de resolver problemas concretos, pero, sobre todo, ha de enseñar a pensar a quien lo consulta para evitar que se le aplique aquella sentencia de que el único animal que tropieza dos veces con la misma piedra es el hombre.

Elaborar unos manuales de este tipo no es intrínsecamente difícil ni excesivamente costoso, pero presupone una concepción realista de la estructura de los medios de comunicación y el conocimiento de cómo funcionan, frente a otra más tradicional, autoritaria y jerárquica, afín a la actitud de la Real Academia hacia el lenguaje. Una cosa es la cocina de la lengua y otra el horno idiomático; ambas cosas están implicadas en la elaboración del producto final, pero solo a éste se le exige dispensar inexcusable y diariamente el producto: esa es la diferencia existente entre lengua e idioma; entre la perentoriedad que exige el día a día (horno) y la meditada lentitud que rige la reflexión académica (cocina).

## 2. Los Manuales de Estilo y las Entidades Públicas[4]

Los manuales de estilo de las entidades públicas nacieron de manera similar a como lo hicieron los libros de los medios: a imagen y semejanza de los que aparecieron en EE. UU. Todo parece haber surgido en la década de los setenta, cuando los movimientos sociales en defensa de los consumidores se movilizaron a favor del «Plain English»[5], término bajo el que se conoció la tendencia al uso de un lenguaje sencillo e inteligible en la documentación oficial. Entre los factores que impulsaron este proceso renovador, cabe citar los siguientes:

-*La demanda social.* En EE. UU. en la década de los setenta, los movimientos en defensa de los consumidores se movilizaron a favor de una mayor comprensión y claridad en los documentos jurídicos, fenómeno común también a otros países en donde en algunos medios de comunicación y en otros surgió la queja en contra del arcaísmo y del esoterismo en algunos aspectos lingüísticos de la documentación jurídico-administrativa.

[4] Véase Fernando Vilches & Ramón Sarmiento (2007*b*).

[5] Por «Plain English» se entiende el lenguaje sencillo y corriente en países de habla inglesa. Véase el *Manual de Estilo del Lenguaje Administrativo,* AA. VV. (1990: 29-30).

-*El factor económico*. La preocupación por los altos costes de la documentación administrativa y jurídica ha estado en el origen del esfuerzo racionalizador y tendente a simplificar el enorme volumen de documentación existente de millones y millones de documentos para hacerla más funcional.

-*La modernización de la imagen institucional*. Tanto la Administración como otras Entidades Públicas sintieron la necesidad de la implantación de Programas de Identidad Gráfica que afectaron al diseño de los documentos utilizados en sus comunicaciones tanto internas como externas.

En coherencia con lo anterior, el Manual Estilo se ha convertido también en un instrumento esencial de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), porque en él se establece, de forma normativa, el modo en que las Entidades Públicas se han de relacionar con la ciudadanía a través del lenguaje y de los soportes que normalmente utilizan para comunicarse con ella; porque garantiza la actuación socialmente responsable de la Entidad en la transmisión de una cultura y de unos valores democráticos, que son el gobierno corporativo, la transparencia y los valores intangibles; y porque constituye un elemento indispensable y necesario para dinamizar constantemente la unidad de comunicación consonante con la acción y para crear más imagen de Responsabilidad Social Corporativa de la Entidad concreta.

## 2.1. ¿Es necesario un Manual de Estilo para las Entidades Públicas?

Es muy frecuente que en las Entidades Públicas y, en otros ámbitos, las Entidades económico-financieras con atención al público descuiden e incluso utilicen de forma incorrecta el lenguaje. Esta práctica repercute indefectiblemente en una comunicación deficiente de la que se derivan evidentemente perjuicios incalculables, unos más perceptibles y otros menos tangibles, para cualquier tipo de relación, ya sea interna o externa, como es una menor eficacia en la gestión de los recursos de una Institución o Entidad; (o como puede ser) una merma en la capacidad de comunicación con la ciudadanía y con la sociedad en su conjunto; o (como es) la percepción externa de una actuación poco responsable en la gestión de un futuro común. No son muchas las Entidades Públicas –casi ninguna entidad financiera española– que disponen de un Manual de Estilo. Sin embargo, según nuestra opinión, tendría mucho sentido que todas las Entidades Públicas contaran con esta herramienta, por las razones siguientes:

Primero, porque, como escribió Aristóteles (384-322 a. C.), el hombre es animal sociable (*Zoon polititkón*). Es decir, la comunicación es inherente a todo

el reino animal, como el aire, el agua, el alimento o el sueño para los humanos. Miradas, gestos, mímica, palabras conforman la naturaleza humana. No es concebible una sociedad, organización o grupo, como afirman los sociólogos modernos, sin ningún tipo de lenguaje por rudimentario que sea. Por consiguiente, la lengua, en tanto medio de expresión, objeto de identificación e instrumento de proyección, se erige como un importante instrumento de cohesión interna en una Entidad Pública en donde es necesario que todos sus empleados asuman los objetivos comunes y sientan la responsabilidad social corporativa de transmitir los valores democráticos de gestión transparente a través de un lenguaje único en sus relaciones internas y externas con la ciudadanía y, en general, con la sociedad.

Y, además, porque, si el lenguaje es el soporte del pensamiento para comunicar fielmente la Imagen Corporativa y los valores institucionales y para impulsar la fiabilidad de algo como proyecto de futuro, ha de ser impecable vestido del pensamiento, porque las obras tienen que valer por lo que dicen y por cómo lo dicen, en palabras de Fray Luis de León. Después de todo, la forma se confunde con el fondo; más aún: no hay fondo sin forma.

Segundo, porque, en un mundo que retiene con más facilidad lo negativo que lo positivo, hay que aprender a comunicar con palabras, gestos e imágenes lo que es una Entidad, o lo que somos, porque, si no decimos lo que somos, otros lo harán por nosotros y de otro modo.

Tercero, porque poseer y dominar el instrumento de comunicación en la sociedad de la información y de la comunicación es ya una forma de poder de la que hay que hacer partícipe a la ciudadanía por imperativo democrático, para eliminar multitud de obstáculos cotidianos en un momento en que los nuevos sistemas digitales de información y de comunicación están modificando los hábitos de expresión con la irrupción de tecnicismos y de neologismos, y del lenguaje políticamente correcto. Porque saber comunicar es, por tanto, saber decir:

-Para crear un estado de confianza de los demás hacia las Entidades.

-Para fijar simbólicamente la imagen de la Responsabilidad Social Corporativa.

-Para facilitar el consenso y aunar voluntades en torno a los objetivos, para ganar adhesión y movilización hacia el proyecto democrático de convivencia en igualdad de oportunidades.

Saber comunicar es, en definitiva, un acto simbólico de poder que, bien ejecutado, permite compartirlo como valor democrático con la ciudadanía.

## 2.2. El «plain language» y las Entidades Públicas

Hemos indicado ya que la comunicación es el instrumento más eficaz para una óptima gestión de una Entidad, porque permite una representación unitaria del organismo o institución y le confiere un mayor grado de cohesión; desarrolla un ente imaginario que facilita la puesta en común de todas las diferencias (culturas, intereses, estratos) existentes entre la Entidad y los estratos que la componen. Las palabras clave de este imaginario son enlazar, reconciliar, dar fluidez, compartir; por esto, la comunicación es el mejor instrumento de gestión. Canaliza las energías en torno a un concepto corporativo (*corporate theme*) como forma de expresar claramente la identidad en una visión donde el todo vale más que la suma de las partes.

Es más, la comunicación crea mediante el lenguaje una realidad común que abarca las costumbres, los rituales, los tabúes, las normas y los procedimientos de trabajo que tejen el carácter específico de la Entidad y constituyen los puntos de identidad compartidos por los empleados; son los valores que el Grupo proyecta hacia fuera para establecer lazos de identificación del público con la Entidad.

Para lograr estos objetivos, hay que utilizar un lenguaje correcto y sencillo. Como dijo Confucio, si la lengua no se utiliza correctamente, entonces no expresa lo que se quiere decir; si no expresa lo que se quiere decir, entonces lo que deberíamos hacer permanece sin hacer («If language is not correct, then what is said is not what is meant, if what is said is not what is meant, then what ought to be done remains undone»).

### 2.2.1. ¿Qué es el *lenguaje sencillo* («plain language»)?

Una ley para ser obedecida debe ser comprendida. A nadie se debe hurtar el derecho democrático de no ser discriminado por la lengua y hacerle perder el tiempo intentando averiguar cuál es el significado de una ley. El «plain language» es, ante todo, comunicación efectiva: hacer el mensaje inteligible y legible para todos los ciudadanos afectados y no solamente para los legisladores y la burocracia administrativa. Es escribir y presentar las ideas a los ciudadanos de manera tan clara y sencilla que éstos sepan dar una respuesta inmediata a la información recibida. Si las comunicaciones fueran inteligibles para todos, se ahorraría una gran cantidad de tiempo en preguntas, en corrección de errores y en aclaraciones evitables. Todo ello se traduciría en economía de recursos humanos y económicos.

Las entidades deben comunicarse con tal claridad 1) que la administración pueda hacerlo eficientemente sin recurrir a manuales complejos y guías de inter-

pretación, que en modo alguno serían necesarias si la comunicación resultara eficaz; y 2) que los administrados puedan rellenar un formulario sin recurrir a la información impresa para interpretar las instrucciones. Cuando esto no sucede en la realidad, es una prueba más que evidente de que un obstáculo de incomunicación se interpone entre la ciudadanía y las entidades públicas.

Para superar estos obstáculos reales y para facilitar el uso de un lenguaje claro y simple, los Manuales y Guías de estilo recogen una serie de técnicas de redacción entre las que se enumeran las siguientes[6]:

-Utilizar palabras sencillas y expresiones claras.
-Tender a escribir con frases u oraciones breves.
-Expresar solamente una o dos ideas por frase.
-Preferir la estructura activa a la pasiva.
-Recurrir al verbo simple antes que a la locución verbal: *sugerir* antes que *hacer una sugerencia.*
-Eliminar las palabras inútiles («lo que no ayuda al mensaje, lo obstaculiza»).
-Utilizar los pronombres personales: *tú (usted).*
-Adoptar un tono positivo y evitar la expresión negativa (es preferible el término positivo o neutro que el negativo; la oración afirmativa que la negativa).
-Mantener la longitud de las oraciones dentro de los límites razonables (la oración no debe constar de más de veinte palabras).
-Utilizar los puntos centrados en las enumeraciones (la imagen también comunica o ayuda a comprender el mensaje).
-Utilizar caracteres gráficos fácilmente legibles en el texto escrito (tipo de letra Arial, por ejemplo).

Todos estos aspectos están redactados pensando en el receptor, porque lo que se pretende en la Administración es ser entendidos; y ahora es un mandato democrático.

### 2.2.2. Objeciones al lenguaje claro y sencillo

Desde algunos ámbitos, se ha objetado sin fundamento suficiente que en este lenguaje no se pueden expresar las sutilezas y profundidades como lo hace el estilo jurídico tradicional. Frente a esta afirmación, cabe otra todavía más rotunda, pero avalada por la práctica secular: «solamente lo que está bien concebido

[6] British Columbia Securities Commission (2002), *Plain Language Style Guide. June 2002*, http://www.bcsc.bc.ca.

en la mente puede ser bien expresado por la lengua», escribió el abate Condillac. En efecto, todo es perfectamente expresable, salvo lo que no está bien concebido en la mente. Luego hay que partir de los dos supuestos teóricos que fundamentan el concepto actual de comunicación: la verdadera comunicación solamente tiene realidad efectiva cuando el mensaje cifrado por un emisor es perfectamente descifrado por un receptor. Mientras esto no sucede, es un simple monólogo. La comunicación que establece la Administración con los administrados a menudo olvida este presupuesto. Parece que los textos se dirigen a especialistas en la materia y que no se tienen en cuenta las realidades siguientes:

-Todo ciudadano está sometido al imperio de la ley y, aun careciendo de formación jurídica, tiene derecho a poder comprender la información jurídica o administrativa que recibe. Y es un deber del Estado hacer efectivo tal derecho.

-La distinta formación de los ciudadanos obliga a las Entidades Públicas a renunciar a su estilo jurídico especializado y a eliminar los obstáculos que impiden la comprensión de los documentos administrativos o jurídicos. Y, para ello, es necesario adoptar un lenguaje sencillo y accesible a todos.

Ahondando en las ideas precedentes, Peter Butt[7], de la Universidad de Sidney, afirma que es posible expresar todos los conceptos jurídicos en lenguaje claro y sencillo. Solo es necesario seguir unas pautas elementales de comunicación, recogidas por casi todos los Manuales de estilo:

1) pensar en el destinatario, a quien hay que escribir de manera que todos lo entiendan (*a quién*);
2) clarificar el propósito antes de empezar (*por / para qué*);
3) utilizar el registro de lengua adecuado a su mundo cognitivo (*cómo*);
4) elegir el medio más idóneo para alcanzar el propósito: carta, *e-mail*, documento (*medio*);
5) pensar qué necesita saber el destinatario, que no es un experto, para responder a su texto (*contenidos*);
6) si es complejo el mensaje, dividir el texto en partes que ayuden a comprender su mensaje (*formato*);
7) ordenar las ideas: la información sensible o importante en el primer párrafo (*orden* de los argumentos);
8) pensar en el destinatario y decidir el tipo de texto discursivo más apropiado: lógico *argumentativo, persuasivo* o *descriptivo* de los contenidos.

[7] Chuck Letourneau, «The Plain Web», expuesto en la *Plain Language Conference*, Toronto, 27 septiembre 2002.

Añádase a esto que lo bueno debe ir al principio. Es inapropiado poner al principio lo malo. Lo bueno siempre ha de ir al principio después de una breve introducción[8].

### 2.2.3. ¿Por qué hay que utilizar un lenguaje claro y simple?

Entre los razonamientos aducidos, encontramos los siguientes:

-Porque hay un alto porcentaje de la población que presenta dificultades para la lectura y no comprende más que textos presentados de manera clara y simple.

-Porque hay otras personas que, teniendo dificultades para leer o aun careciendo de ellas, serán incapaces de rellenar un formulario y de saber qué se pide en ellos por utilizar un lenguaje técnico.

-Porque el lenguaje claro y simple permite servir mejor a las personas con escasa alfabetización y a otras pertenecientes a los denominados sectores más vulnerables.

-Porque permite a los servicios públicos hacerse más accesibles a los ciudadanos y permite a sus empleados organizar y distribuir mejor el tiempo de trabajo.

-Economiza recursos y añade transparencia democrática.

## 2.3. ¿Qué función debe desempeñar un Manual de Estilo en las Entidades Públicas?

La necesidad de renovar el lenguaje de las entidades públicas se hizo notar en España hace más de veinte años como consecuencia del mandato constitucional. En este sentido, es destacable la tarea emprendida por las administraciones de las Comunidades Autónomas. Fue precisamente en Cataluña donde primeramente se creó, en 1987, la Comisión Asesora del Lenguaje Administrativo, encargada de fijar la terminología del catalán para su uso en la Administración y de llevar a cabo la modernización del lenguaje administrativo, siguiendo modelos europeos. El resultado fue el *Manual de Llenguatge Administratiu*, publicado en 1991 por la Generalitat d'Administració Pública de Catalunya y elaborado por Carles Duarte, Àlex Alsina i Segimon Sibina[9].

[8] *Cf.* Yriart (1998).

[9] De manera similar, procedieron las Comunidades Autónomas de Galicia, del País Vasco, y la Comunidad Valenciana.

El Ministerio de Administraciones Públicas incluyó en su «Programa de actividades para 1989» la elaboración de un *Manual de Estilo del Lenguaje Administrativo* que fue elaborado por Emilio Náñez Fernández y Ramón Sarmiento González mediante convenio de colaboración de la UAM y un equipo de funcionarios del MAP y publicado en 1990 por el Instituto Nacional de Administración Pública (INAP).

La ley no ha de ser solamente accesible, sino también comprensible al entendimiento medio de la ciudadanía. Nadie debiera tener que esforzarse en descubrir el significado de una ley en una sociedad democrática donde el lenguaje sencillo («plain language») es ante todo comunicación efectiva. El destinatario del mensaje no son los legisladores ni la Administración, sino la ciudadanía; ha de ser entendido por todos los afectados. Alguien con sentido práctico dijo que, para que la Administración sea obedecida, debe formular las órdenes en un lenguaje comprensible, porque solamente puede obedecer de buen grado quien fácilmente entiende las órdenes recibidas.

El empleo de un lenguaje sencillo ahorra a las administraciones mucho tiempo y recursos destinados a responder preguntas sobre asuntos expresados inadecuadamente o formulados con poca claridad, a corregir errores y a comprobar otros aspectos. El lenguaje, como intangible que es, puede y debe ayudar a mejorar la relación entre la administración y los ciudadanos.

Las leyes deben estar redactadas con entera claridad y ser comunicadas de forma que los ciudadanos puedan cumplir con sus obligaciones o rellenar un formulario sin necesidad de recurrir a manuales complejos o guías de interpretación.

Utilizar un lenguaje sencillo («plain language») en la Administración requiere que los comunicadores tengan presentes, al menos, los puntos siguientes:

1. Fijar bien el asunto y la finalidad del mensaje para no mezclar temas. Una vez realizada dicha operación, examinar si conviene dividirlo, para hacerlo más claro, en uno o en más subtemas.

2. Ponerse en la situación comunicativa del destinatario y escribir para él. Tratar de hacer su mensaje comprensible para un amplio sector de posibles destinatarios. ¿Qué preguntas se harán? ¿Qué necesitan saber? «Lenguaje sencillo» significa selección de palabras, de organización y planificación de contenidos.

3. Dirigir el mensaje a una persona concreta para analizar bien qué se desea que dicha persona haga; asignarle responsabilidades y deberes, pero, además, proporcionarle toda la información necesaria para ello.

4. Utilizar la voz activa de los verbos, porque es la voz del funcionario. Inmediatamente, identifica quién es responsable de las acciones: responde a las preguntas *quién* y *por quién*. Las oraciones en activa son más enérgicas, más cortas, más fáciles de leer y más efectivas en la comunicación de un mensaje:

Voz pasiva: «El mensaje debe ser enviado por usted al Departamento».
Voz activa: «(Vd.) debe enviar el mensaje al Departamento».

5. Emplear los tiempos de presente: la ley, si está en vigor, obliga en presente. Al usar el presente, se evitan las formas compuestas y el texto gana en claridad.

6. Recurrir en la exposición al orden natural de palabras y de estructura:

*Sujeto - Verbo - C. directo - C. indirecto - C. circunstancial*

Debe intertarse seguir este orden natural. Por ejemplo, no se debe decir: «ella le dio a Vd. un libro» (c. indirecto y c. directo invertidos de orden, sino que se debe decir: «Ella le dio un libro a Vd». Se debe colocar el modificador cerca de la palabra modificada: «Ministro marroquí de Exteriores», y no «Ministro de Exteriores marroquí». Si se concentran muchas frases que interrumpen el orden sujeto-verbo-complemento, hay que pensar en la necesidad de dividir dicho enunciado en más oraciones.

7. Organizar el mensaje complejo según un orden lógico; para ello, hay que agrupar las ideas y buscarles un sentido unitario en párrafos aislados de otros enunciados que contengan ideas diferentes o tan solo relacionadas. Debe colocarse lo general antes de lo particular; lo más importante antes de lo menos importante; lo más frecuente antes de lo menos frecuente. El orden cronológico es bueno para describir un proceso; el orden lógico, el apropiado para un texto argumentativo.

8. Poner títulos expresivos, que permitan distinguir partes, o significados, si se trata de un texto extenso: deben agruparse por el sentido y seguir el orden lógico.

9. Dar formato adecuado al mensaje: espacios, párrafos, ilustraciones...

10. Tender a la brevedad: las palabras innecesarias restan precisión a las ideas. Como escribió B. Pascal: «Je n'ai fait plus longue que parce que je n'ai pasé au loisir de la faire plus courte». Las frases no deben sobrepasar las veinte palabras; hay que utilizar una frase para cada idea; dividir y poner una idea

en cada una. Las frases, cuanto más cortas sean, más fáciles de recordar son. Debe evitarse usar frases entre paréntesis.

11. Buscar lo simple. Como dijo Albert Einstein: si no puedes explicar algo simple es porque no lo has entendido bien («If you can't explain something simple, you don't understand well»). Hay que usar palabras familiares: utilizar palabras simples o sencillas significa elegir lo fácil; recurrir a palabras familiares, a palabras que se aprenden más fácilmente en la vida diaria.

12. Preferir las palabras y expresiones corrientes. No deben emplearse términos complejos o técnicos sin explicar. Hay que evitar las jergas porque éstas no son términos legítimamente técnicos, así como el latín o fórmulas legales; para ello hay que procurar españolizarlas o traducirlas:

Con los cambios necesarios < *mutatis mutandis*
De buena fe < *bona fide*
A primera vista < *prima facie*
Literalmente < *ad pedem literae*
Por iniciativa propia < *motu proprio*

13. Procurar no combinar varios nombres sin preposición, del tipo:

Impuestos patrimonio municipales > *Impuestos municipales de patrimonio*
Presupuesto anual Ministerio > *Presupuesto anual del Ministerio*
Cuotas trabajador año > *cuotas anuales del trabajador*

14. Evitar convertir los verbos en locuciones verbales de verbo más nombre (*dar* > *hacer una donación de...*):

*Para introducir la clave* > para la introducción de la clave
*Para proveer las plazas* > para la provisión de las plazas
*Para explicar el proceso* > para dar una explicación del proceso
*Para inspeccionar la sede* > para hacer una inspección de la sede
*Seleccionar candidatos* > hacer una selección de candidatos
*Concluir* > llegar a la conclusión
*Usar* > hacer uso
*Limitar* > poner un límite
*Informar* > proporcionar información

15. Preferir el nexo simple al complejo:

| | |
|---|---|
| *Si* | en el caso de que |
| *Durante* | en aquel mes |
| *Para* | con el propósito de |
| *Sin* | en ausencia de |
| *Con* | en compañía de |
| *Por* | a causa de |
| *Para* | de cara a (mañana) |

16. Rehuir palabras y frases con apariencia de simples y fáciles de comprender:

*mismo,-a:*

-«Encontrará la explicación en la *misma*»; (si es página) dígase: «Encontrará la explicación *en ella* o en *dicha* página».

Hay que evitar el adjetivo *mismo / misma*, porque, a veces, es un identificativo con deixis física: «Llegamos a la cafetería y pedimos el *mismo* café».

*y / o:*

-«Deberá declarar por rendimientos de trabajo *y / o* capital».

-«Deberá declarar por rendimientos de trabajo *o* de capital *o de ambos (ambas cosas)*»

Gerundio:

Evite la ambigüedad:

-«Se le puso una multa *circulando* por el carril bus».

-«Se le puso una multa mientras *circulaba* por el carril bus».

-«*Usted circulaba* por el carril bus *y por ello* se le puso una multa».

-«*Alguien circulaba* por el carril bus *y le puso* una multa».

Orden de palabras:

Repare en el orden de palabras:

-«Es una *condena* de la Administración muy grave» → «Es una *condena muy grave* de la Administración».

Significados:

No utilice palabras cuyo significado ignore:

-«Esperamos *una coyuntura* ('combinación de factores' no es situación) más favorable para nuestros intereses».

-«Lo encontró en *una tesitura* ('disposición de ánimo' no es duda) poco favorable para acompañarla».

Puntuación y sintaxis:

Aprenda que la construcción de las oraciones de relativo especificativas y explicativas exige conocer la puntuación:

-«Los coches de la calle que hayan solicitado la tarjeta de residentes pueden utilizar el aparcamiento» (no admite coma antes de *que*, porque es especificativa y va en subjuntivo).

-«Todos los coches de la calle que han solicitado la tarjeta de residente pueden utilizar el aparcamiento» (solo los solicitantes de ella). «Todos los coches de la calle, *que* han solicitado la tarjeta de residente, pueden utilizar el aparcamiento» (todos lo han solicitado, porque es explicativa y va entre comas).

En último término, hemos de señalar que un Manual de Estilo también es imagen social corporativa de las Entidades, como hemos señalado arriba. «Más vale una buena imagen que mil palabras», reza el refrán español. Y lograr eficacia a través de la imagen exige claridad de conceptos. Dos son los errores o malentendidos más corrientes. El primero consiste en identificar la identidad visual corporativa con la imagen: debe quedar claro que la imagen es el resultado, mientras el diseño constituye tan sólo un instrumento para lograr ese cambio. El segundo error es pensar en las imágenes como algo sobre lo que se puede actuar directamente, olvidando que la imagen no es una entidad autónoma ni un objeto, sino el efecto en la mente humana de un conjunto de causas en el tiempo. La imagen corporativa es el resultado de una estrategia y una cultura institucional, que constituyen la personalidad de la organización. Todo cambio requiere tiempo y voluntad.

## 3. Conclusión

Los *Manuales de estilo* son una herramienta de consulta necesaria en las Entidades Públicas: primero, para dar cumplimiento al mandato constitucional de eliminar todos los obstáculos que impidan la igualdad ante la ley especialmente en lo que atañe al artículo 3 referido a las culturas y lenguas españolas; segundo, para satisfacer la demanda social que en la versión de defensa de los derechos civiles ha venido exigiendo desde finales del siglo pasado un lenguaje sencillo e inteligible (*plain language*) para todos; tercero, para reducir el volumen enorme de documentación existente (millones de documentos) en un afán racionalizador de costes y de esfuerzos y hacerla más funcional y simple; y cuarto, para transmitir una imagen de modernidad y de unidad de acción mediante una sola imagen institucional gráfica.

Los *Manuales de Estilo* de las Entidades Públicas deben centrarse, ante todo, en el principal medio de comunicación que la Administración utiliza: la lengua escrita que, en la mayoría de los casos, se caracteriza por ser un lenguaje de especialidad[10] de base jurídica y alejado del uso del ciudadano medio. Por ello, el *Manual* ha de ayudar a traducir lo específico a términos y expresiones de la lengua común. Debe recoger las peculiaridades de uso de las que ninguna gramática ni diccionario suelen dar cuenta, pero, además, ha de incluir otros aspectos que la teoría actual de la comunicación proporciona como, por ejemplo, tener muy presente que, para que el mensaje cifrado por el emisor sea efectivo, tiene ser igualmente descifrado por el receptor. El mensaje es importante, pero es solo una parte del proceso de comunicación.

Por último, un Manual de Estilo de una Entidad pública ha de incluir modelos de documentos en donde se analice el modelo malo y se ofrezca el modelo bueno o corregido. No se olvide algo tan obvio: a hablar se aprende hablando; es un proceso natural. Por el contrario, a escribir se aprende; para ello, hay que desarrollar y potenciar habilidades y adquirir técnicas de redacción, esto es, conocimientos lingüísticos.

Concluyendo: los Manuales de que hablamos han de ser por su propia naturaleza selectivos, lo que requiere de sus autores un conocimiento exhaustivo, profundo y práctico del lenguaje jurídico administrativo. Si han de recoger, por una parte, los *modos* y las *modas*, pero, por otra, han de responder a las necesidades actuales de traducción para el ciudadano medio, la empresa es todavía más difícil: exige trasladar al lenguaje sencillo conceptos y contenidos firmemente asentados por el uso de la especialidad. Por ello, adquiere relevancia la máxima de Condillac: «solo se puede expresar bien lo que se concibe bien en la mente». Vivimos inmersos en un mundo en donde la palabra y la imagen son indisociables. «Así es si así os parece», como diría el bueno de Pirandello.

## Bibliografía

AA. VV. (1990): *Manual de Estilo del Lenguaje Administrativo*, Madrid: MAP-INAP.

British Columbia Securities Commission (2002): *Plain Language Style Guide. June 2002*, http://www.bcsc.bc.ca.

*Clarín* (1997): *Manual de estilo*. Buenos Aires: Aguilar.

Fishman, J. A. (1969): *Sociología del lenguaje*. Madrid: Cátedra.

[10] Vease Ramón Sarmiento (2005).

Grijelmo, Álex (2000): *Seducción de las palabras*, Madrid: Taurus.

Kuhn, Thomas S. (1962): *La estructura de las revoluciones científicas*. México, Madrid-Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, pp. 176-211.

*La Nación* (1997): *Manual de estilo y ética periodística*. Buenos Aires: Espasa.

Letourneau, Chuck (2002): «The Plain Web», *Plain Language Conference* (Toronto, 27 septiembre 2002).

Quesenbery, Whitney (2001): *Building a Better Style Guide*, disponible en whitneyq@cognetics.com.

Sarmiento, Ramón (2005): «El lenguaje de la Administración», *Revista de Llengua i Dret*, 43, pp. 13-45.

Sarmiento, Ramón y Fernando Vilches (2007): *Lengua española y comunicación*. Madrid: SGEL.

Vilches, Fernando y Ramón Sarmiento (2007): *Manual de estilo de lenguaje administrativo del Ayuntamiento de Madrid*. Madrid: Publicaciones del Ayuntamiento de Madrid.

Yriart, Martín F. (1998): «Manuales de estilo ¿Para qué sirve un manual de estilo?», en *Chasqui 62, junio'98*.

Santiago Alcoba (coord.), Ramón Sarmiento, José Manuel Pérez Tornero *et al.*; ed. Margarita Freixas, María J. Machuca y José María Perceval, Barcelona, 2009. Publicación electrónica en http://mediamentor.org/es/publications
ISBN: 978 - 84 - 692 - 3369 - 6

# LAS PALABRAS DEL LIBRO DE ESTILO: ENTRE CENSURA Y SANCIÓN

Santiago Alcoba y Margarita Freixas
*Universitat Autònoma de Barcelona*

«Es el bien hablar una de las más claras señales de la gente culta y bien nacida, y condición indispensable de cuantos aspiren a utilizar en pro de sus semejantes, por medio de la palabra o de la escritura, los talentos con que la naturaleza los ha favorecido» (R. J. Cuervo, 1867-1872: I).

## 1. El Libro de Estilo

«Un libro de estilo no es una gramática ni un diccionario al uso. Es simplemente el código interno de una Redacción de cualquier medio informativo, que trata de unificar sistemas y formas expresivas con el fin de dar personalidad al propio medio y facilitar la tarea del lector en el caso de los periódicos». Con esta definición precisa y ajustada, comienza J. L. Cebrián el prólogo a la segunda edición del *Libro de estilo* de *El País*[1]. Desde sus orígenes, uno de los objetivos fundamentales de los manuales de estilo publicados por medios periodísticos en español (agencias de información y prensa)

[1] Algunas labores fundamentales de la investigación necesaria para la realización de este trabajo han sido financiadas con una ayuda de la DGICYT para los proyectos de investigación de referencia: HUM2004-01252/FILO y FFI2008-06324-CO2-CO1/FILO, «Portal de Léxico Hispánico» y el apoyo del Comissionat per Universitats i Recerca de la Generalitat de Catalunya concedido al «Grup de Lexicografia i Diacronia» (n.º de referencia SGR2005-00568).

ha sido, entre otras condiciones de redacción y estilo, satisfacer dudas sobre el léxico y su adecuación al uso más extendido y prestigioso. La preocupación por asegurar la homogeneidad de la lengua de la información queda de manifiesto en la incorporación de un gran apartado dedicado a las palabras, a examinar y a despejar con argumentos de distinta naturaleza las dudas en el uso de determinados términos, de raíz clásica o de invención reciente, esporádicos o tan reiterados que reducen la precisión expresiva del texto[2].

En este estudio vamos a examinar la lista de palabras incluidas en el apartado «Sobre léxico» del *Manual de español urgente* (en adelante MEU), libro de estilo de la Agencia EFE. La finalidad de este análisis consiste en establecer qué tipo de palabras se incluyen en los apartados dedicados al léxico en un libro de estilo y por qué motivos; con qué argumentación y qué explicaciones y tratamiento reciben las palabras en estos vocabularios. En lo que se refiere a la fuente seleccionada conviene hacer también algunas consideraciones previas que justifiquen por qué se ha optado por una única fuente, el MEU de la Agencia EFE.

Con el fin de establecer los motivos que explican la elección como fuente de estudio del vocabulario del MEU, baste fijarse en las condiciones de redacción de sus textos o despachos. Aceptando que EFE es la agencia de información periodística de referencia en los territorios de habla hispana, podemos apreciar, en primer lugar, que sus escritos provienen de todos los puntos cardinales de las más diversas variedades del español, que, a su vez, están en contacto con lenguas muy diferentes; y, en segundo lugar, que EFE sirve textos a publicaciones y a usuarios que se encuentran en cualquier extremo geográfico o variedad de una lengua tan extendida como la española: poliédrica en América y en los territorios peninsulares e insulares de España.

Dicho de otro modo, mientras que los autores y usuarios de los textos de un periódico son más o menos homogéneos en lo que se refiere a su nivel de lengua, los autores de los textos de una agencia como EFE pueden ser más o menos heterogéneos por pertenecer a distintas variedades dialectales (con pro-

[2] En este sentido podemos recordar, en fuentes de uso extendido, el epígrafe destinado al léxico, que desde sus primeras ediciones hasta la última han incluido el *Libro de estilo de «El País»* (1.ª ed. no comercializada, 1977; 19.ª ed., 2004), en su apartado «Diccionario», y el *Manual de español urgente* de la Agencia EFE (1.ª ed., 1978; 17.ª ed., 2006, pp. 169-274). Tras estas publicaciones, los libros de estilo de otros medios han incorporado también un apartado destinado al léxico. Así ocurre en el *Libro de Estilo de «ABC»* (pp. 83-130); en el *Libro de Estilo de «El Mundo»*, con epígrafes para el «Léxico general» y el «Léxico de dudas y confusiones habituales» (pp. 165-31); el *Libro de Estilo de Telemadrid*, con un «Diccionario de dudas de la lengua oral» (pp. 157-274), y *El Nacional. Manual de Estilo*, de Caracas, que incluye un «Diccionario de uso» (pp. 101-251), por citar un ejemplo de un medio americano. Los apartados citados en estos trabajos son de gran interés para el estudio lingüístico, pues permiten la observación de la variación en el uso del léxico.

blemas diferentes en lo que se refiere a las interferencias con lenguas de contacto), heterogeneidad que también se encuentra en los destinatarios, periódicos y publicaciones de entornos lingüísticos hispanos de variación[3]. Esta realidad hace que no sea casual que uno de los primeros libros de estilo en español, tal como ahora se entiende este tipo de instrumento lingüístico, fuese el MEU, consciente de las necesidades de unificación lingüística que pueden no ser tan perentorias en un periódico. Este objetivo es el punto de partida del MEU, como puede apreciarse en las propias palabras de MEU (§ 1.4):

¿Es posible un estilo propio de agencia, caracterizado frente al de los periódicos? Para responder afirmativamente basta con considerar el que distingue a otras agencias mundiales. Requiere poseer unos rasgos especiales, dado que las informaciones son asumidas por el organismo difusor y se dirigen a destinatarios muy variados. Por ello en el trabajo de agencia se precisa una centralización del estilo que no tiene por qué producirse en los periódicos (MEU, § 1.4).

En efecto, esa «centralización del estilo», en una lengua como el español, resulta más necesaria en los textos de agencia que en los de cualquier periódico nacional o local y tiene por objeto lo que el MEU (§ 1.7) denomina la «neutralización del estilo»:

Conseguir una neutralización del estilo –que no debe confundirse con un estilo neutral, permanentemente insípido– constituye una obligación si se piensa en el importante papel que la Agencia Efe desempeña en la difusión y circulación del idioma, tanto en España como en América. La unidad de la lengua es un bien que importa defender en el seno de la comunidad hispanohablante. Hoy la prensa, la radio y la televisión ejercen una influencia idiomática superior a la del sistema docente. Sin exageración puede afirmarse que el destino que aguarda al español –o a cualquier otro idioma– está en poder de aquéllas, y la responsabilidad que corresponde a Efe es cuantitativamente muy superior a la que alcanza a un medio de difusión aislado. He aquí un motivo más, e importantísimo, para que el estilo de los despachos sea aceptable para todos, no vulnere los usos comunes, no acoja particularidades locales o de sectores, no difunda neologismos innecesarios o rasgos que obedecen a una moda pasajera, al estilo de unos pocos... A esta contención que, por un lado, protege la aceptabilidad de los despachos y su posi-

[3] En este sentido, Lázaro Carreter (2003: 12) advierte: «Los idiomas cambian, inventando voces, introduciendo las de otros o modificando las propias, lo cual produce una fluctuación, a veces fuerte, del sistema lingüístico. Entre las dos tensiones, la de permanecer y la de cambiar, los hablantes van adoptando soluciones distintas, no siempre indiferentes: si muchas se incorporan fácil y útilmente al idioma, otras, en cambio, por causas distintas, manifiestan una indisciplina que hace peligrar la intercomunicación entre millones de hablantes, como es nuestro caso, y podría poner a punto de zozobra el futuro de la comunidad de los hispanohablantes».

ble homogeneidad, y, por otro, contribuye a la unidad de la norma estándar culta en todos los ámbitos del idioma, es a lo que llamamos *neutralización del estilo*.

Así pues, el libro de estilo de los textos periodísticos de una lengua muy extendida como el español se rige por el principio invocado por Lázaro Carreter de que «aunque algo no suscite conformidad vale más un mal acuerdo que el caos»[4]. Desde este principio resulta más relevante la fuente elegida para este estudio, el MEU, orientado por el concepto de *neutralización del estilo* determinante de la *aceptabilidad* y de la *homogeneidad* de los textos y dirigido a alcanzar la «unidad de la norma estándar culta en todos los ámbitos del idioma» (geográficos, sociales y sectoriales, ha de entenderse)[5].

La condición de que los «usos comunes» o generalizados y extendidos han de excluir «particularidades locales o de sectores», y no han de difundir «neologismos innecesarios» ni usos «pasajeros» o poco extendidos, según el concepto de *neutralización*, hace más significativa nuestra fuente de estudio, que se refiere a textos o despachos que tienen como origen y destino informadores y publicaciones de todos los territorios de habla hispana[6]. Y, siendo espe-

[4] Cf. F. Lázaro Carreter en el «Prólogo» al *Libro de Estilo de «ABC»* (p. 13), que define su objetivo según este principio en un «esfuerzo unificador», pero flexible y cambiante: «en materias controvertibles es preferible disponer de una norma clara que no tener ninguna. La naturaleza cambiante del idioma obliga a ajustar nuestro estilo con relativa frecuencia a esos cambios, a modificar criterios, a separarnos, cuando resulte imperativo, de normas arcaicas, imprecisas o demasiado rígidas. Por ello, no deberá considerarse este Manual como un repertorio inflexible de instrucciones con pretensión de perennidad. Constituye más bien un esfuerzo unificador que habrá que ir adaptando a la realidad viva del idioma».

[5] El *Diccionario panhispánico de dudas* (en adelante DPD) ofrece una buena definición de lo que constituye, en una lengua como el español, la norma estándar o *lengua estándar*: «Por su carácter de lengua supranacional, hablada en más de veinte países, el español constituye, en realidad, un conjunto de normas diversas, que comparten, no obstante, una amplia base común: la que se manifiesta en la expresión culta de nivel formal, extraordinariamente homogénea en todo el ámbito hispánico, con variaciones mínimas entre las diferentes zonas, casi siempre de tipo fónico y léxico. Es por ello la expresión culta formal la que constituye el *español estándar*: la lengua que todos empleamos, o aspiramos a emplear, cuando sentimos la necesidad de expresarnos con corrección; la lengua que se enseña en las escuelas; la que, con mayor o menor acierto, utilizamos al hablar en público o emplean los medios de comunicación; la lengua de los ensayos y de los libros científicos y técnicos. Es, en definitiva, la que configura la norma, el código compartido que hace posible que hispanohablantes de muy distintas procedencias se entiendan sin dificultad y se reconozcan miembros de una misma comunidad lingüística».

[6] De este modo, el libro de estilo cumple la función que Lázaro Carreter (2003: 11) identifica así: «Procurar que el idioma mantenga una cierta estabilidad interna es sin duda un empeño por el que vale la pena hacer algo, si la finalidad de toda lengua es la de servir de instrumento de comunicación dentro del grupo humano que la habla, constituyendo así el más elemental y a la vez imprescindible factor de cohesión social: el de entenderse».

cialmente significativa la fuente de estudio, el MEU, frente a otros trabajos del género, por los motivos aducidos de contención en lo que llaman neutralización del estilo, tiene más sentido el objeto de estudio de este trabajo –las palabras tratadas en el apartado de léxico de un libro de estilo como éste–, para responder a preguntas como las siguientes: ¿qué clases de palabras incluye?, ¿por qué?, ¿cómo se tratan y consideran?, ¿cómo se argumentan las propuestas? y, finalmente, ¿las soluciones que se ofrecen son coherentes con los principios de aceptabilidad, homogeneidad y unidad de la lengua, que subyacen en el concepto de neutralización del estilo? Veámoslo.

A partir de aquí, cuando hablemos del libro de estilo, se entenderá que nos referimos al MEU y, cuando aludamos a las palabras del libro de estilo, ha de entenderse las compiladas y examinadas en el citado manual. Consideramos ya justificada la elección de la fuente y acotamos así el auténtico objeto de estudio: establecer si los motivos de inclusión, examen y argumentación de las propuestas sobre el léxico tratado son coherentes con los principios establecidos como premisas por parte de un instrumento como el libro de estilo, orientado por criterios como la regularidad, el uso y la extensión y difusión geográfica.

## 2. Las palabras del Libro de Estilo

En el epígrafe anterior se ha justificado la elección de la fuente de datos de estudio, el MEU, porque está orientado por intereses generales de la lengua de sus textos, porque piensa en autores-redactores de todos los territorios del mundo hispánico, porque sirve textos, despachos, para todos los medios o publicaciones del mundo hispánico, y porque sus propuestas, debido a las dos causas anteriores, se orientan por el principio de *neutralización* de la lengua: regularidad, uso, extensión y difusión o generalización.

Para este trabajo se ha compilado un corpus de datos en el que se reúne la información lexicológica que ofrecen 931 artículos del MEU[7]. Se han seleccionado las entradas en las que se encuentran referencias a los cambios léxicos detectados en la lengua periodística actual: tanto los que suponen la adopción de nuevas palabras (mediante préstamos o procesos de morfología derivativa), como los que afectan al significado de las voces (que incor-

[7] Para la compilación de datos de este estudio, se han consultado dos ediciones recientes de esta obra, la duodécima, de 1994, y la última disponible, la decimoséptima, de 2006, así como el *Vademécum de Español Urgente*, http://www.fundeu.es/esurgente/lenguaes/, en su versión digital de octubre de 2007, donde FUNDÉU publica las últimas entradas incorporadas, antes de la edición revisada del MEU.

poran o pierden acepciones en el uso). En los artículos del MEU es frecuente encontrar información referida a más de una unidad léxica, de modo que en las entradas consideradas hemos identificado y estudiado un total de 1.099 palabras o expresiones.

Estos términos merecen comentarios en el MEU por tratarse de elementos recién incorporados en la lengua o cuyo uso representa en la actualidad algún tipo de dificultad en relación a tres grandes ámbitos: 1) creaciones léxicas por procesos de derivación y composición, como *abolición, autogol, incentivación*...; 2) adaptaciones de préstamos, como *hispanófono, realistarse, trazabilidad, pulsión*...; y 3) unidades pluriverbales, locuciones, sintagmas, frases hechas, como *dar luz verde, hacer reacción, sede parlamentaria*...

Hemos acotado el objeto de estudio excluyendo del corpus de análisis los nombres propios, las siglas, las palabras patrimoniales sin derivación y los anglicismos y galicismos crudos (sin adaptación ortográfica ni fonética al español), salvo que merezcan alguna consideración acerca de su pronunciación o uso. Por lo tanto, nos ceñimos aquí al estudio de las entradas del MEU significativas para el conocimiento de la lengua actual porque incluyen unidades léxicas sujetas a los principios de regularidad, de uso y extensión o difusión[8].

Desde otra perspectiva, fijándonos en el tratamiento que el MEU hace de sus entradas, hemos hecho otra clasificación de los datos, teniendo en cuenta el grado de aceptabilidad que se concede a las palabras comentadas. De este modo hemos podido distinguir tres grandes clases de artículos en el epígrafe «Sobre el léxico» del MEU: 1) artículos con calificación de rechazo en las entradas correspondientes; 2) artículos de delimitación de uso o de significado; y 3) artículos con calificación de advertencia («es admisible...»), de recordatorio («figura en el *Diccionario*...») o de sanción («es preferible...»). Esta agrupación de los comentarios del MEU en tres categorías fundamentales, que se refieren básicamente a tres objetivos, *censurar, acotar* y *sancionar* el uso de las unidades léxicas, nos permite observar la coincidencia entre el propósito regulador del MEU y otras obras destinadas a delimitar usos y aceptabilidad en las palabras del español actual. En algunos casos prima la función de censura sobre las desviaciones del uso establecido, con la intención de preservar la precisión y el consenso en la interpretación de las palabras del léxico. Es la actitud que, expresada con el tono y formato propios de Lázaro Carreter (2003: 25-26), se manifiesta así:

[8] Según Llorente (1980: 9-10): «El uso debe siempre decidir, cuando no haya razones poderosas en contra. Si las palabras se usan, y se usan por todos, habiéndose convertido en un bien mostrenco y no en patrimonio exclusivo de un grupo reducido, más o menos selecto, tienen que ser consideradas como voces definitivamente incorporadas a la lengua común».

Denuncia de [...] la creencia de que todo sirve indiscriminadamente, incluso las invenciones, las alteraciones de lo comúnmente admitido y las ocurrencias. [...] Lo cual tiene efectos perversos sobre el habla –y la inteligencia– común, ya que frecuente y abundantemente anulan distinciones importantes (entre *oír* y *escuchar*, por ejemplo, o entre *deber* y *deber de*), o difunden vulgarismos insoportables (*alante* por *adelante*), o reducen pavorosamente nuestro caudal léxico (*terminar, acabar, concluir, dar fin*, palabras sacrificadas a *finalizar*; o *empezar, comenzar, emprender* y tantos verbos más, desalojados por *iniciar*, *súper* formante insufrible y estúpido de los nuevos superlativos); confusiones horripilantes (*humanitario* por *humano*) y tantos hechos más.

Las consideraciones acerca de las funciones de censura, acotación y sanción por parte del libro de estilo no usan el criterio de oposición entre lo *correcto* y lo *incorrecto*, en una actitud que se expresa con claridad en el DPD cuando sitúa sus calificaciones entre la censura y la recomendación de lo preferible en el caso de usos vacilantes porque coinciden «usos declinantes» y «usos emergentes» en un tiempo determinado[9].

En el MEU, con un comportamiento similar en cuanto al empleo de una gradación de expresiones para condenar o aceptar el uso de las unidades léxicas comentadas, las entradas con calificaciones de rechazo son del tipo de (1), con indicaciones en las que se señala que se trata de voces *inexistentes*, para lo que se emplean expresiones distintas:

(1)

a. **antagonizar**. Verbo inexistente. Dígase *enfrentarse*. // **competencial**. Palabra inexistente. Digamos simplemente *de las competencias, de las atribuciones* o *de las incumbencias*.

[9] Según el DPD (p. XV): «Debido a la naturaleza relativa y cambiante de la norma, el *Diccionario panhispánico de dudas* evita conscientemente, en la mayoría de los casos, el uso de los calificativos *correcto* o *incorrecto*, que tienden a ser interpretados de forma categórica. Son más las veces en que se emplean expresiones matizadas, como *Se desaconseja por desusado...*; *No es normal hoy y debe evitarse...*; *No es propio del habla culta...*; *Esta es la forma mayoritaria y preferible, aunque también se usa...*, etc. Como se ve, en los juicios y recomendaciones sobre los fenómenos analizados se conjugan, ponderadamente, los criterios de vigencia, de extensión y de frecuencia en el uso general culto. Los juicios normativos admiten, pues, una amplia gradación, que va desde la censura de lo claramente incorrecto por ser fruto del error, del descuido o del desconocimiento de las normas gramaticales, hasta la recomendación de lo que es simplemente preferible por estar de acuerdo con el uso mayoritario de los hablantes cultos de hoy, preferencia que pueden mantener, o variar, los hablantes cultos de mañana. Precisamente, muchas de las vacilaciones registradas se deben a la existencia de etapas de transición, en las que coinciden en un mismo momento usos declinantes y usos emergentes, sin que puedan darse por definitivamente caducos los unos ni por plenamente asentados los otros; de ahí que en más de una ocasión se admitan como válidas opciones diferentes».

b. **antidiluviano**. No existe *antidiluviano*, que significaría «contrario» o «enemigo del Diluvio».
c. **coalicionar, se**. No existen los verbos *coalicionar* ni *coalicionarse*. En su lugar, lo correcto es utilizar los verbos *coligarse, unirse, aliarse* o las perífrasis «hacer o formar una *coalición*», «hacer o formar una *liga*», «hacer o formar una *confederación* o una *unión* de personas, grupos políticos o países».
c. **cumplimentación**. No figura en el DRAE. Empléese *cumplimiento*. // **desarmamentización**. No figura en el DRAE, ni es necesaria esta palabra. Con *desarme* hay más que suficiente[10].

A diferencia de los diccionarios, las observaciones que restringen el uso de las palabras no se realizan mediante marcas fijas, sino a través de diversas calificaciones que van alternándose en los artículos, variación que puede explicarse por motivos estilísticos y, sobre todo, por el hecho de que se trata de obras de acopio y acumulación, en las que se van modificando e incluyendo artículos nuevos en momentos sucesivos[11]. Entre las fórmulas más recurrentes para expresar la «inexistencia» de las voces comentadas en el libro de estilo destacan «inexistente», «no existe» y «no figura», esta última referida al hecho de que el DRAE (referente obligado para el libro de estilo) no contiene una descripción de la palabra comentada.

También consideramos entradas con calificación de rechazo los artículos de la clase de (2), con el sentido general de *evítese*, expresado de distintas formas: «abuso», «anglicismo», «debe evitarse», «evítese», «desplaza», «galicismo», «pedante», «no es voz española», «es un calco», «es incorrecto en español...».

(2)
a. **migrante**. Se recomienda evitar el abuso de esta voz y emplear también los términos *emigrante* o *inmigrante*, según el caso.
b. **conflictivo** (referido a calles). No debe abusarse de la expresión «calles *conflictivas*» al hablar de aquellas en las que siempre hay problemas de tráfico. También puede hablarse de las calles *más atascadas*, las *de tráfico más intenso* o las *de circulación menos fluida o más lenta*.
c. **apercibir**. Aunque admitida por la RAE la acepción *darse cuenta*, es preferible evitar este uso. Ejemplo: «El ciudadano *apercibirá* la importancia de...». Dígase mejor: «El ciudadano *percibirá, se dará cuenta de* o *comprenderá*...».

[10] Aquí y en todas las citas del MEU, el subrayado es nuestro.

[11] En este sentido, el sintagma «español urgente» empleado tanto en el título del MEU, como en otras obras de esta misma agencia de noticias, el *Vademécum del español urgente* y el *Diccionario del español urgente*, indica la voluntad de ofrecer una respuesta inmediata a las dudas y problemas de uso que continuamente surgen en la lengua periodística, donde la rapidez de la comunicación provoca la necesidad de respuestas eficaces, claras y precisas.

d. **antiedad**. Cuando de hable de tratamientos rejuvenecedores deben utilizarse las palabras *antiarrugas, rejuvenecedora* o *antienvejecimiento* y evitarse el término *antiedad*. Dígase *tratamientos antiarrugas* (cosméticos) o *tratamientos antienvejecimiento* (salud).

e. **adherentes**. Es incorrecto en el sentido de *seguidores, partidarios*, etc.

Así pues, las unidades léxicas con calificación en el MEU de *inexistente*, como las de (1), o bien de *evítese*, como las de (2), en sus respectivos artículos, pueden considerarse palabras con valoración de *censura*, expresada de formas más o menos precisas sin que en el libro de estilo pueda observarse una sistematización de las calificaciones similar a la que presentan las obras lexicográficas, en las que se restringe el uso de las voces mediante una serie sistematizada de marcas y de observaciones.

En las entradas estudiadas, puede identificarse una segunda gran clase de voces según la calificación que reciben, que, en este caso, expresa una delimitación del significado o del uso (extensión dialectal, estilística, diatécnica...). Las restricciones de uso se refieren al territorio en artículos donde se advierte del empleo exclusivo o fundamental de determinadas palabras en diferentes modalidades del español de América, como los ejemplos de (3), con referencias al uso «en Hispanoamérica»; «en América»; «en algunos países de América»; «en los distintos países de Iberoamérica»; «en Chile y otros países de Hispanoamérica»; «en gran parte de Hispanoamérica (Argentina, Uruguay, Paraguay, Chile, Bolivia, Colombia, México...)»; «en Latinoamérica; en muchos países de América», etc.

(3)

a. **extraditado, extraditar**. El DRAE registra ya estas formas. También es aceptable decir *extradido* y *extradir*, documentadas en el lenguaje jurídico hispanoamericano desde 1933.

b. **membresía**. En algunos países de América se usa este anglicismo con el significado de *calidad de miembro* o *socio* de una entidad. La vigésima segunda edición del DRAE ya registra esta palabra como americanismo.

c. **quad**. Se recomienda el uso de las voces *cuatrimoto* o *cuatriciclo* para traducir el término *quad*, que es el nombre que se dio en inglés a este tipo de vehículo que podría definirse como 'moto de cuatro ruedas'. *Quad* es el nombre más usado en España; pero en gran parte de Hispanoamérica (Argentina, Uruguay, Paraguay, Chile, Bolivia, Colombia, México...) también se le denomina *cuatriciclo* y *cuatrimoto*, voces bien formadas en español y que solucionan el problema del plural ajeno a nuestra lengua: *quads*.

d. **poblador**. Es el que puebla, y *poblar* es fundar uno o más pueblos u ocupar con gente un sitio para que habite en él. No se debe utilizar esta palabra en el sentido de habitante. En Chile y otros países de Hispanoamérica se llama *pobladores* a los

habitantes de las zonas más pobres y periféricas de las grandes ciudades. En este caso debemos entrecomillarlo.

Artículos como los de (4) son equivalentes a los anteriores pero con delimitaciones de uso referidas a España, en diferentes expresiones: «en España no es conveniente»; «no se usa en España»; «no conviene usar el término en despachos para España»; «en los despachos para España, debería redactarse así...»; «evítese en los despachos para España»; «no debe usarse en noticias para España»; «en España, utilícese...»; «en España», «en el español de España»...

(4)

a. **revistas especializadas en romances**. Preferible emplear *revistas del corazón*, que es la forma ya acuñada por el uso en España.
b. **transar**. Americanismo. En los despachos para España dígase *transigir, ceder, llegar a una transacción o acuerdo* (DRAE).
c. **vicecanciller**. En muchos países de América es el nombre que recibe el segundo del ministro de Asuntos (o Relaciones) Exteriores, allí llamado también *canciller*. En español de España equivale a subsecretario de Asuntos Exteriores.
d. **visa**. En España, utilícese *visado*.

Esta clase de artículos son la prueba del sentido panhispánico de la fuente, determinada por los autores de sus textos y por los medios de comunicación a los que sirve, de todos los territorios y variantes del español. También tienen sentido de delimitación de uso artículos como los de (5), que hacen acotaciones referidas al uso en diferentes modalidades sectoriales de la lengua: «en economía»; «en el ámbito económico»; «en noticias financieras»; «en el ámbito de las relaciones internacionales [lenguaje diplomático]»; «en el ámbito militar y policial»; «en el ámbito del Derecho»...

(5)

a. **automovilista**. Se refiere solo a personas; referido a cosas (industria, economía), el adjetivo es *automovilístico*.
b. **intervención**. En el ámbito de las relaciones internacionales, se entiende por *intervención* la 'acción y efecto de injerirse un organismo o Estado en los asuntos interiores o exteriores de otro', y como consecuencia, la acción que se ejerce para hacer predominar la voluntad extranjera sobre la nacional: «El Gobierno mexicano pidió la *intervención* de la Interpol para el seguimiento de los asesinos de...»; «Mujeres palestinas narran la situación de la población femenina de Gaza tras la *intervención* militar de Israel en ese territorio».
c. **alimentista**. Aparece en ocasiones, en la jerga del derecho, utilizado como sinónimo de *alimentario*, y así lo registra el DRAE; pero además significa 'persona que goza de asignación para alimentos'.

d. **globalización**. En el ámbito económico, el término *globalización* se utiliza para designar la economía que trasciende las fronteras nacionales. En las Naciones Unidas se dice *mundialización*.

Además de las delimitaciones de uso geográfico o sectorial, en otros artículos como los de (6) se hacen precisiones referidas al significado, en las que se advierten distinciones entre parónimos, frecuentemente señaladas con la observación «no debe confundirse con»:

(6)
a. **alternancia**. No debe confundirse con *alternativa*. Significa «sucesión en el espacio o en el tiempo de forma recíproca o repetida».
b. **amargor**. No debe confundirse *amargor*, que significa «sabor o gusto amargo», con *amargura*, cuyo significado es «disgusto o aflicción».
c. **aparejar**. No debe confundirse con *emparejar, unir*. Es preferible *vincular*. Sería incorrecto decir: «...un proceso no siempre *aparejado* a la demanda...».

Los artículos con calificación referida a una delimitación de uso de carácter geográfico, casos de (3) y de (4), o sectorial, como (5), o bien de delimitación de significado, como (6), pueden considerarse muestras de *acotación* de las voces comentadas.

Finalmente, en una tercera gran clase de artículos del MEU se encuentran valoraciones de advertencia mediante distintas manifestaciones de la calificación *admisible*, como en (7): «es admisible», «puede aceptarse», «acéptese», «admítase», «también es aceptable»...

(7)
a. **cerealero**. Aunque no figura en el DRAE, es admisible su uso para buques o camiones dedicados al transporte de cereales.
b. **feminidad**. También es aceptable *femineidad*.
c. **motivar**. Acéptese el moderno significado de «hacer que alguien sienta interés por hacer algo»: «*Motivar* al niño para que estudie».

En un sentido similar pueden entenderse las consideraciones del MEU incluidas en las entradas como recordatorio del uso sancionado mediante distintas manifestaciones de la expresión «figura en el DRAE», como en (8): «ya figura», «figura ya», «ya aceptado», «ya recoge», «se dice»...

(8)
a. **muestreo**. Figura ya en el DRAE.
b. **musculación**. Se llama así al ejercicio gimnástico que desarrolla ciertos músculos. Ya figura en el DRAE.

c. **narcotraficante**. Aunque figura ya en el DRAE es preferible *traficante de narcóticos*.
d. **noquear**. En boxeo, «dejar fuera de combate», que es su equivalente exacto y preferible, por lo tanto, también a su sinónimo K. O. *(kao)*. La vigésima segunda edición del DRAE ya recoge este término.

Las consideraciones de sanción en diferentes manifestaciones de «preferible», como en (9), «dígase», «debe decirse», «prefiérase», «mejor decir»..., hay que entenderlas en el mismo sentido que las dos anteriores, casos de (7) y de (8):

(9)
a. **sesionar**. Aunque este verbo figura ya en el DRAE («asistir a una reunión participando en sus debates»), prefiérase *trabajar* o *reunirse*.
b. **sorpresivo**. Americanismo. En despachos españoles dígase *sorprendente, inesperado*.
c. **cronograma**. Se emplea en algunos países, pero mejor decir *calendario*. «Los puntos incluidos en el *cronograma* de trabajo».

Los artículos con estas variaciones de advertencia («admisible»), recordatorio («figura en») y sanción («preferible») pueden considerarse destinados a cumplir una función de *sanción* o *autorización* por parte del libro de estilo. Así ahora, generalizando, se pueden apreciar muy bien tres grandes clases de calificaciones empleadas en el MEU: las de censura, las de delimitación o acotación, y las de sanción. Para ello, esta obra se funda, unas veces, en el recordatorio de la autoridad del DRAE, y, en otras, en la alusión a otras fuentes de referencia o al propio libro de estilo, el MEU, que se presenta como autoridad sancionadora que acude a argumentos de analogía, de uso o de difusión[12].

[12] En esto parece seguir la postura de un trabajo tan anticipatorio como el de Rufino José Cuervo (1867-1872: VIII-IX): «No nos hemos limitado, pues, a formar un simple catálogo [...], sino que las más veces damos la explicación de lo que exponemos, bien que otras, por evitar prolijidad, sentamos lisa y llanamente nuestros asertos, fundándonos en la autoridad del *Diccionario*, representante más o menos exacto del uso, el cual desde tiempo atrás es reconocido por todos como árbitro, juez y norma del lenguaje. Siendo el uso y la ciencia del lenguaje las dos bases en que fundamos nuestras decisiones, acaso no se juzgarán inútiles algunas breves consideraciones sobre ellos. Necesario es distinguir entre el uso, que hace ley, y el abuso, que debe extirparse. Son notas del primero el ser respetable, general y actual. [...] Como el objeto del lenguaje sea el entenderse y comunicarse, una vez que las impropiedades vienen a constituir obstáculos para ello entre diversos lugares, en vista del estado de la lengua en los demás países que la hablan, hay derecho para proscribir lo que solo por abuso ha logrado privar».

## 3. Las cifras del MEU

En las entradas de censura el objetivo del MEU es corregir o reprobar los usos desviados o no aceptables. En las de acotación, delimitar el uso de un término restringido a una serie de condiciones (fundamentalmente dialectales o estilísticas). Finalmente, en las de sanción, el objeto es aprobar el uso de una palabra, ya sea porque es regular y aceptable, ya sea porque se considera que es necesaria, pendiente del uso y difusión del referente.

En el cuadro siguiente de (10) se aprecian bien las clases de calificaciones que reciben las palabras en las entradas del MEU, mediante la exposición de los motivos y de la frecuencia con que aparece cada uno de ellos dentro de las tres clases fundamentales establecidas (censura, acotación y sanción). Se apuntan también algunos ejemplos de entradas que ilustran cada uno de los motivos identificados en las entradas del MEU.

(10) Entradas del MEU: clases y motivos

| CLASE | MOTIVO | N.° de entradas | TOTAL | EJEMPLOS |
|---|---|---|---|---|
| CENSURA | evítese | 427 | | *abolición, alusorio, apercibir, ingresar, coalicionar* |
| | anglicismo | 130 | | *consulting, planing* |
| | ortografía | 43 | | *scout, seudo, sobreentender, uperisación* |
| | expresión sintética | 42 | | *apercibir, viabilizar, autodefensa, capitalino* |
| | galicismo | 39 | | *malnutrición, orfanato* |
| | inexistente | 38 | | *vecindaje, accionarial, agudizamiento* |
| | expresión analítica | 30 | | *dar aviso, hacer mención* |
| | falso amigo | 24 | | *sensitivo, solamente, eventual* |
| | metábasis | 10 | | *impago, maratoniano, necrológica, operativo* |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| CENSURA | acento / tilde | 4 | 848 | *maníaco, priísmo, priísta, repatriar* |
| | redundancia | 2 | | *persona humana, volver a reanudar* |
| | pronunciación | 2 | | *oaxaca,* |
| | italianismo | 1 | | *muestra* |
| | lusismo | 1 | | *nordestino* |
| | innecesario | 1 | | *aperturar* |
| CENSURA / ACOTACIÓN | calco | 54 | 54 | *posición, privacidad, remodelación, remodelar* |
| ACOTACIÓN | distinción | 270 | 444 | *accesible, alimentario, alimenticio, asequible* |
| | América | 50 | | *estacionar, parquear, sorpresivo, competencias* |
| | gentilicio | 47 | | *finés, hebreo, israelita, portorriqueño* |
| | abuso | 46 | | *credibilidad, dar luz verde, emblemático, histórico* |
| | España | 19 | | *aparcar , alunizar, aluniceros, competición* |
| | periodo | 12 | | *bianual, *bienal* |
| SANCIÓN | preferible [referencia interna] | 356 | 999 | *automatización, coligarse, influir, medievo* |
| | significado | 251 | | *minusvalía, muestreo* |
| | figura | 156 | | *implemento, indexación, inviable, liderar* |
| | admisible | 151 | | *bricolaje, jornadista, mileurista* |
| | preferible | 85 | | *apartamento, cotidianidad* |
| TOTALES | | 2.291 | 2.291 | |

Antes de continuar, debe hacerse un breve análisis de las cifras del cuadro anterior. Como ya se ha mencionado, hemos considerado 931 entradas del MEU a las que hemos añadido 168 que, aunque no aparecen como artículos principales en el MEU, se incluyen en el interior de otros artículos para calificar el uso de voces relacionadas, de manera que pueden considerarse subentradas, en algunos casos con una extensión y unas características similares a las entradas principales. Así, el total de referencias consideradas para este estudio asciende a 1.099, entre entradas principales (931) y entradas interiores o subentradas (168) en casos como los de (11), del tipo de *accionario* y *adhesión*[13].

(11)

a. **accionarial**. No es palabra española. El adjetivo correcto es *accionario/a*. «Participaciones *accionarias* en una refinería».

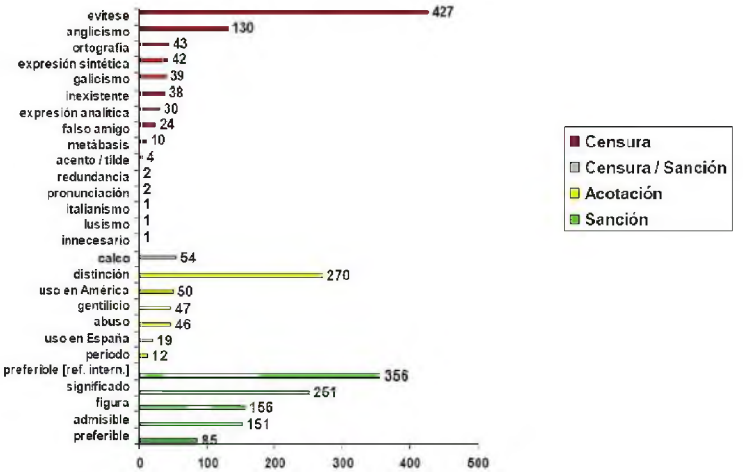
b. **adherencia**. No equivale a *adhesión*. *Adherencia* es «unión física, pegadura de las cosas». *Adhesión* es «acción o efecto de adherirse, conviniendo en un dictamen o partido». («La estricta *adherencia* al dogma marxista» es frase incorrecta).

El desajuste entre las 931 entradas del MEU consideradas y el número total de diferentes motivos de la compilación, 2.291, se entiende porque la mayoría de entradas se justifican por dos o más motivos. Otro aspecto significativo de las cifras de (10) que conviene destacar antes de pasar al examen de cada una de las tres grandes clases de entradas es el de los motivos de cada clase: 848 de censura, 444 de acotación y 999 de sanción. Esta distribución explica la naturaleza o función lingüística de un libro de estilo como el MEU: de censura o de sanción, predominantemente, aunque también, pero menos, de acotación o delimitación de uso.

No obstante, considerando los valores de (10) en el gráfico de (12), aún se puede establecer un sentido interno de las cifras, que no se aprecia tan claramente en el cuadro.

[13] Es una cuestión de formato y de procedimiento editorial del MEU, que se refiere así, en un mismo artículo, a dos o más palabras relacionadas por un mismo motivo.

(12) Representación de los motivos del MEU ponderados:




En efecto, a la vista de (12), se puede establecer que la función del libro de estilo, del MEU, es, fundamentalmente, la de sancionar (en 999 casos), cuando autoriza o aprueba un uso por alguno de los siguientes procedimientos: señalando lo preferible (en 356 casos en una referencia en el interior del artículo y 85 casos como una calificación del lema principal de la entrada), haciendo precisiones de significado (en 251 casos), advirtiendo de que la entrada ya figura en algún diccionario (en general el DRAE, en 156 casos), o proponiendo que determinada entrada sea admisible por diferentes causas (en 151 casos). Son muchos motivos de autorización y aprobación de uso.

Esta apreciación del MEU como instrumento sancionador se corrobora al ver en (12) cómo los 848 casos de censura, de corrección o de reprobación, se concentran en los 557 motivos de exclusión por propuesta de evitación (427 casos) o por rechazo del anglicismo (en 130 casos). Se aprecia, así, que la censura sólo se manifiesta en el rechazo de determinados usos (por abuso, por desplazamiento de palabras existentes, por pedante, por incorrección o por otro motivo no explicitado cuando es una mezcla de los anteriores), sin la distribución ponderada de motivos como ocurre en las consideraciones de sanción.

El libro de estilo, el MEU, es, por tanto, un instrumento predominantemente de sanción, por distintos procedimientos. Desde diferentes calificaciones de preferible o admisible y de recordatorio del significado o del hecho de que la entrada ya figura en el diccionario, se aprueban y autorizan muchas palabras cuyo uso queda así sancionado antes o al mismo tiempo que lo hace el diccionario. Es la misma postura sancionadora de los buenos observatorios del léxico, desde Cuervo (1867-1872) hasta F. Lázaro Carreter (2003), para incluir así a todos los buenos trabajos sobre la materia[14].

## 4. Las palabras objeto de censura

En los ejemplos de (1) y (2) se muestran algunos motivos de rechazo del uso de determinadas palabras por parte del MEU: inexistente (*preveer, vecindaje, accionarial, agudizamiento*) y evítese (*abolición, alusorio, apercibir, dimitir, entrenar, ingresar, coalicionar*). En el cuadro anterior de (10) se especifican los motivos concretos de rechazo del MEU, agrupados con la etiqueta de motivos de censura de las palabras: evítese, anglicismo, calco, etc. De estos motivos, por las

[14] Cuervo (1867-1872: X-XI) se expresa así: «Tampoco debe cerrarse la puerta, por neológicos, a las voces cuya aceptación diariamente reclaman el vuelo de las ciencias y artes y la entrada de nuevos usos y costumbres; con todo eso, debemos andar alerta para acomodarlas bien al genio de nuestro idioma y rechazar muchas formadas solo para disfrazar cosas viejas con vestido griego ó latino. Mucho menos pueden tildarse de neológicos los derivados y compuestos conformes a las leyes de la lexicología castellana; pues como nuestra lengua no es muerta, tiene que desarrollarse y crecer para satisfacer a las necesidades de cada época. Debe, por otra parte recordarse que cada época ha de ser por fuerza neológica con respecto a las precedentes; ni es posible que suceda de otro modo, supuesto que, siendo el lenguaje espejo de las costumbres y en fin de la sociedad, si ésta no permanece jamás estacionaria, menos podrá esperarse que el lenguaje se quede inmóvil. Cada época va dejando alguna contribución al caudal común de la lengua. como un rastro de sus gustos é ideas; y si hoy no hacemos melindres a voces astrológicas como *sino, estrella, desastre, desastrado, jovial, saturnino*; si llamamos al agua, al aire y al fuego *elementos*, y nos *actuamos* o *informamos* de un asunto y hablamos de *predicamentos* y *categorías* sin que se nos pase ya por la imaginación el peripato o la escuela ¿por qué hemos de negar a nuestros contemporáneos el empleo oportuno de términos e imágenes suministrados por las ciencias modernas, cuanto más si se considera su mayor vulgarización con respecto a los siglos pasados?».

Y Lázaro Carreter (2003: 25) corrobora lo anterior en estos términos: «Las neologías son precisas, anejas a la evolución de las sociedades y de los individuos. Cuando un término nuevo se inserta entre nosotros para nombrar aquello de que careciamos y que enriquece nuestro vivir práctico o mental, debe ser acogido con satisfacción e incluso albórbola. A veces es un matiz lo que se importa: basta con que añada un nuevo rasgo que permite ordenar y entender mejor el mundo. Así, *poster* parece a muchos que suple torpemente a *cartel*, pero carecen de razón porque el primero no tiene intención inmediatamente anunciadora: se cuelga con intención artística, ideológica, erótica..., pero carece del reclamo anejo al cartel. Se trata, pues, de un buen neologismo por aportar una nota distinta y útil».

cifras de (10), sólo algunos tienen un número plural de ejemplos y, entre ellos, la consideración, más abundante, de «evítese», referida directa o indirectamente a 427 casos, no es un motivo estricto (como puede ser el tachar un término de *anglicismo, calco, galicismo, inexistente*, etc.), sino una manifestación de censura, una postura o consideración del MEU, sin más, que ha de apoyarse en argumentos lingüísticos o bien, si no, en el principio de autoridad asumida por el MEU como instrumento de unificación y regularización de la expresión y del uso.

Por eso ahora, al examinar los motivos de censura del MEU, empezaremos por el de «evítese», que es el más numeroso y es el que requiere una justificación mediante distintos argumentos o causas que expliquen los usos desviados, o bien una remisión a una autoridad de referencia. En (13) se reúnen unos cuantos ejemplos de palabras compiladas en el MEU por censura motivada mediante la calificación «evítese»:

(13)

a. **abolición**. Es el acto de 'anular' o 'suprimir una ley, costumbre o institución'. Empléese, para otros significados, *supresión* («La *supresión* de las cooperativas»).

b. **apercibir**. Aunque admitida por la RAE la acepción *darse cuenta*, es preferible evitar este uso. Ejemplo: «El ciudadano *apercibirá* la importancia de...». Dígase mejor: «El ciudadano *percibirá, se dará cuenta de* o *comprenderá*...»[15].

c. **reingresar**. No es correcto en el sentido de volver a un país. Dígase sencillamente *volver, regresar*.

[15] Aunque por otros motivos, Bello ([c. 1860] 1951, vol. V: 226-227) ya se ocupó de este verbo: «*Apercibirse de* no es frase castellana en el sentido de *percibir*. No será inoportuno copiar aquí el siguiente artículo del *Diccionario de galicismos* de don Rafael María Baralt: "*Se apercibió del fraude*. Galicismo grosero. *Apercibirse* no significa, como en francés, *advertir, reparar, notar, conocer*, sino *prevenirse, disponerse, aparejarse para alguna cosa*, verbigracia: *apercibirse a la, para la guerra; a, para luchar; de armas*". Salvá (*Gramática*) trae: "*apercibirse de una visión*; pero este es precisamente el galicismo que se censura". Se incurre en él cuando se dice que una cosa pasó *desapercibida*».

Coinciden más con el objeto del MEU las observaciones de Carnicer (1972: 290) cuando dice que «*percibir* y *apercibir* han solido distinguirse en que mientras el primero supone una percepción, un darse cuenta, el segundo indica preparar o disponer algo, y en forma pronominal (*apercibirse*), prepararse o disponerse. No obstante, y sin ganancia alguna para la comprensión, se extiende la forma pronominal para expresar lo que siempre se había expresado con *percibir*. También este caso se atribuye a influencia francesa y a su verbo *s'apercevoir*». Según Moreno de Alba (1992: 11-12), «en la tercera acepción de la voz *apercibir* se lee en el Diccionario académico: "Percibir, observar, caer en la cuenta: este uso galicista se considera vulgar y descuidado". En francés *apercevoir* significa, entre otras cosas, "percibir, divisar, descubrir"».

*Cf.* También el DPD. En todo caso conviene tener muy presente las palabras de Pascual (2003: 182-183), cuando dice, después de un rigurosísimo y detallado examen, a propósito de algunos usos del verbo *detentar*, que «las palabras de nuestra lengua cambian –sobre todo si llevan una vida artificial en el diccionario académico–; el cambio puede tomarse en estos casos un error, pero un

d. **coalicionar**. No existen los verbos *coalicionar* ni *coalicionarse*. En su lugar, lo correcto es utilizar los verbos *coligarse, unirse, aliarse* o las perífrasis «hacer o formar una *coalición*», «hacer o formar una *liga*», «hacer o formar una *confederación* o una *unión* de personas, grupos políticos o países»[16].
e. **alusorio**. Dígase *alusivo*.

En los tres primeros casos de (13a-c) el rechazo del MEU se funda en la posible confusión de significados que algunos usos manifiestan: *abolición / supresión, apercibir / percibir, reingresar / regresar*. La distinción de significados parece un fundamento sólido y firme para proponer que se eviten o rechacen usos que contribuirían a que se perdieran oposiciones de carácter léxico. En esta distinción, como es evidente, no se hace referencia a los usos figurados y traslaticios, que son otra cosa, una fuente de incorporación de acepciones sancionadas por la lexicografía y por el diccionario.

En el caso de (13d), el rechazo del término (*coalicionar[se]*) se funda en que «no existe» la palabra en cuestión; pero más bien se podría explicar por lo que en Alcoba (1999: 75) se denomina el principio de la «palabra existente», según el cual «la existencia de una palabra o más [*coligarse, unirse, aliarse*] en el patrimonio léxico de la lengua excluye la creación de otra [*coalicionar*] de significado idéntico» ya satisfecho por la lengua con otras palabras. En este como en otros muchos casos se aplica el principio de «necesidad»: se acepta el neologismo que es necesario[17].

error para el que los historiadores de la lengua encontramos una lógica que va más allá de la inercia, la torpeza o el desinterés de los hablantes. Lo que explica que muchas veces termine siendo aceptado ese error como moneda de curso legal dentro de la norma: así ocurrió en su día con términos como *atmósfera, rotación, libérrimo, equilibrado, discrepancia, metempsicosis, versátil, dique* o *resorte*, que habían sido vetados hace un par de siglos como abultadas equivocaciones».

[16] Lorenzo (1996: 158) tacha este verbo de «insólito, innecesario o incorrecto», pero no de inexistente: «Por influjo de *coalición* se ha deformado el verbo *coligar* en *coaligar*, registrado hace treinta años en diccionarios y artículos, censurado, pero muy extendido. M. Moliner lo incluye con su variante pronominal –*coaligar* y *coaligarse*–, "formas usadas frecuentemente... sin duda por influencia de 'coalición' pero no autorizadas por la Academia". Una condena frustrada de *coaligar* se fundaba en que tal verbo presuponía un verbo *aligar*, que no existe. Sí existe, ya en el DRAE (1947), acaso antes...

Esta claudicación al uso dominante no ha de sentar bien a ciertos puristas, reacios a la evidencia, que llaman inexistente al verbo *coalicionarse*. Será insólito, innecesario o incorrecto, pero ¿inexistente? ¿Cómo se puede condenar lo que no existe? [...] También la Academia, en 1992, admitió *coaligarse* y su participio ("con influencia de *coalición*")».

[17] Según Llorente (1980: 49): «El dominio léxico se ha visto enriquecido por infinitos neologismos, muchos de ellos, como sabemos, perfectamente lícitos y además necesarios [...]; otros neologismos no son tan necesarios, y su licitud o ilicitud puede ser materia de discusión, discusión que en muchos casos difícilmente puede zanjarse, porque se trata, en puridad, de una cuestión opina-

En referencias como (13e), en fin, se pone de manifiesto un ejercicio de autoridad sancionadora. No se hace mención como en (13d) al principio de la «palabra existente», que se da por supuesto, y también se entiende que no hay diferencias de significado en *alusorio / alusivo* que justifiquen el uso de *alusorio*, como ocurre por ejemplo entre las siguientes parejas de derivados, con *-ivo* y *-al*: *recreativo / recreacional, nutritivo / nutricional, informativo / informacional*[18].

Otro gran grupo de voces censuradas por el MEU son los extranjerismos innecesarios en la lengua, en especial las voces procedentes del inglés. En este sentido, recuérdense las palabras de Lázaro Carreter (2003: 13-14) ilustrando la enorme presión anglicista sobre el español de hoy en un párrafo que, por su valor antológico, recogemos a continuación:

Parece evidente que el mundo moderno se encamina hacia la neutralización de las diferencias de costumbres, modas y gustos mediante la adopción, no sólo voluntaria sino entusiasta, del modelo de vida norteamericano. [...] Los entrenadores de fútbol ya no suelen recomendar furia a sus jugadores, sino que se relajen, mucho *relax*; un ansia universal de relajación nos ha invadido (antes, la *relajación* era mala cosa; la definían así los austeros académicos que, en 1817, la introdujeron en el Diccionario: 'Decadencia de la debida observancia de la regla o conducta que exigen las buenas costumbres, o de la disciplina y buen orden que se debe observar en cualquier profesión'). Se estudia y se trabaja también con música *relajante*. Vestimos *vaqueros* a la moda de Tejas, desayunamos *cereales* a la americana, endulzamos el café con *sacarina*, acudimos al trabajo en un *automóvil*, y aliviamos las *retenciones* escuchando un *compacto* de música *pop*; buscamos con ahínco *aparcamiento*, estamos en la oficina con *aire acondicionado*, y cumplimos con lo que exige nuestra *plena dedicación*, ocupándonos de asuntos *puntuales* para ajustar nuestro trabajo a la *filosofía* de la *firma*; hacemos huelga para exigir un aumento *lineal* que compense la *inflación*. Otros vamos al *campus* universitario para hacer un *master* en *software*. Comemos en un *snack* de *autoservicio*, tal vez un *perro caliente* con cerveza *light*, volvemos a casa, consagramos algún tiempo a nuestro *hobby*, que es quizá algo de *footing* por la vecindad, seguido de más *relax*, con un *whisky*, un *bourbon* o un *maría sangrienta* mientras picamos *frutos secos*, y *debatimos* con la esposa o compañera o compañero *sentimental* el próximo *fin de semana*; comentamos un interesante *reportaje* del *magazine* acerca de los *famosos* y *famosas* que se

ble y subjetiva, en la que intervienen criterios no dogmáticos que están relacionados, fundamentalmente, con la elegancia, con el buen gusto, con la expresividad; es decir, criterios que no tienen nada que ver con la corrección ni con la norma».

[18] *Cf.* Moreno de Alba (1992: 383): «No quiero decir que los neologismos *recreacional, nutricional, informacional* e *imprudencial* (entre otros muchos) deban necesariamente recomendarse como vocablos propios y bien formados. Simplemente señalo que no parecen usarse con el mismo sentido que tienen otras voces muy parecidas en forma y en significación».

han hecho un *lifting*. La cena, en que no faltan *vegetales* por su benéfica *fibra*, y algún plato *precocinado*, da paso a la *televisión* donde veremos un *serial* norteamericano, un *filme* de *suspense*, o un *western*.

Las condiciones de incorporación (necesaria o justificada) de calcos léxicos o semánticos están tasadas en los siguientes términos, según Alcoba (1999: 92-93): «1. Que un objeto o entidad, nombrados en la otra lengua, no existan en el ámbito de la nuestra. 2. Que tales realidades no tengan nombramiento o designación en español. 3. Que tengan un nombramiento o designación de tradición o resonancia cultural muy diferente. 4. Si prevalece el calco léxico, que se adapte a las características fonéticas, de pronunciación y acentuación, y ortográficas del español». De ahí el principio de «bloqueo del calco»: «La existencia de una palabra o expresión en la lengua para expresar un significado excluye la incorporación de un extranjerismo o calco léxico o semántico de otra lengua, con significado idéntico». En este principio se basa el rechazo de (14a-c) en el MEU:

(14)

a. **posición**. Anglicismo flagrante en frases como: «No están en *posición* de arriesgarse a...» (por *situación, condiciones*); «No ha variado la *posición* del PNV» (por *actitud*); «Ocupa una importante *posición* en el partido» (por *puesto, cargo, empleo*, etcétera, y, si no tiene cargo, «Ejerce una gran *influencia* en el partido»).

b. **remodelación**, **remodelar**. Insufrible galicismo por *reestructuración, reajuste, reforma, modificación, mejora*, y los verbos correspondientes *reestructurar, reajustar, reformar, modificar, mejorar*[19].

c. **privacidad**. Esta palabra se ha ido introduciendo poco a poco en nuestra lengua y ya ha sido admitida en la vigésima segunda edición del DRAE. Quienes «inventaron» la palabra *privacidad* lo que hicieron fue tomar el inglés «privacy» y españolizarlo añadiéndole la terminación *-dad*, sin tener en cuenta que ya existía otra palabra en nuestra lengua para expresar exactamente lo mismo que la voz inglesa: *intimidad*. Además, también en lugar de *privacidad*, podemos usar las locuciones *en privado* o *vida privada*. (En el *Manual de Español Urgente* de la Agencia EFE se aconseja el uso de *intimidad* o *independencia* para sustituir al anglicismo *privacidad*)[20].

[19] Según Lázaro Carreter (1997: 230): «Llegaría al encarnizamiento, igualmente, con los que usan [...] *remodelación*, palabra bien inglesa, en vez de usar *restructuración, modificación* o, simplemente, *reforma*.»

[20] Moreno de Alba (1992: 358) defiende el uso alternativo de *privacía*, habitual en México (con todo su peso demográfico): «llama la atención que no aparezca en la mayor parte de los diccionarios, ni en los generales ni en los regionales la voz *privacía*, usual al menos en México, aunque probablemente se emplee también en otras regiones de la amplísima geografía de la lengua española. Se trata de un vocablo, a mi entender, bien formado de conformidad con las reglas de derivación y, por otra parte, que cuenta con un significado lo bastante específico como para que quede plenamente justificada su presencia en el vocabulario. La palabra *privacía* (y, con menos frecuen-

Para estudiar mejor la actitud del MEU en (14) podemos examinar en (15) los ejemplos de esta postura de rechazo incluidos en el artículo dedicado a *posición*:

(15)
a. No están en *posición* de arriesgarse a... (por *situación, condiciones*);
b. No ha variado la *posición* del PNV (por *actitud*);
c. Ocupa una importante *posición* en el partido (por *puesto, cargo, empleo, influencia* etc.).

En los ejemplos de (15) se puede apreciar claramente cómo el entorno expresivo de cada frase hace más oportuno y conveniente el uso de *situación, condiciones*, en (15a); de *actitud*, en (15b); y de *puesto, cargo, empleo*, en (15c); en vez de *posición*. Pero también es evidente que la acepción 5 de *posición* en el DRAE, en el sentido de '5. f. Situación o disposición. *Las posiciones de la esfera*' puede hacer entender el uso de (15a). Y, por lo mismo, la acepción de 6 de *posición* en el DRAE, en el sentido de '6. f. Actitud o manera de pensar, obrar o conducirse respecto de algo' puede justificar el uso de (15b). Y también (15c) podría justificarse por el sentido de 'situación' (acepción 5 de *posición*) en que pueden entenderse las palabras *puesto*, '4. m. Sitio o espacio que ocupa alguien o algo. [...] 9. m. Empleo, dignidad, oficio o ministerio'; *cargo*, '2. m. Dignidad, empleo, oficio'; y *empleo*, '2. m. Ocupación, oficio'.

Según este razonamiento, la calificación de censura en (14a) merecería una reconsideración en el sentido de que la influencia foránea actúa como despertador y catalizador de condiciones internas y genuinas o patrimoniales de las palabras, que activan así juegos de alternancias latentes. Quizá en casos

cia, *privacidad*, que tampoco se define en los diccionarios), en el español mexicano, tiene carácter de sustantivo abstracto y significa algo así como 'calidad o condición de privado', entendiéndose por *privado* varias cosas, no sólo lo que registran los diccionarios ("que se ejecuta a vista de pocos, familiar y domésticamente, sin formalidad ni ceremonia alguna; particular y personal de cada uno"), sino también "íntimo, reservado, discreto, solitario, aislado..." [...] No a todos gusta esta palabra; algunos prefieren *privacidad*; otros opinan que ninguna de las dos les parece aceptable. Lo que me interesa destacar es que, independientemente de que sea o no agradable, la voz, morfológica y semánticamente es correcta, lo que puede resultar evidente cuando se ve que el sufijo *-acía* aparece en algunas palabras, pocas ciertamente, documentadas en el Diccionario, como por ejemplo *primacía* y *supremacía*. Nótese que también en estos dos vocablos el sufijo *-acía* tiene el mismo sentido que en *privacía*, es decir que está formando sustantivos abstractos que designan 'calidad o condición de'. *Primacía*: 'superioridad excelencia, dignidad'; *supremacía*: 'preeminencia'».

Esta postura contrasta con la del DPD; s. v. *privacidad*, propone lo siguiente: «No es sinónimo de *intimidad* ('ámbito íntimo, espiritual o físico, de una persona') aunque ambos términos están semánticamente muy próximos y son intercambiables en algunos contextos: *derecho a la intimidad, derecho a la privacidad*. Debe evitarse la forma **privacía*, calco del inglés *privacy*».

como este, el libro de estilo más que encender el rechazo habría de activar el aviso frente al abuso y la sustitución. Porque, ya se sabe, la historia de las palabras y acepciones es eso: la revitalización de unas se hace a costa del decaimiento de otras.

En otros casos, como (16), el MEU recuerda por distintos procedimientos el uso generalizado dominante en la lengua, aunque, a veces, el motivo de censura de un término, por inexistente, no tenga una argumentación coherente.

(16)
a. **vecindaje**. No es palabra española. Dígase *vecindad*.
b. **agudizamiento**. Sólo *agudización* aparece en el DRAE.
c. **accionarial**. No es palabra española. El adjetivo correcto es *accionario / a*. «Participaciones *accionarias* en una refinería».

En efecto, el espacio significativo de *vecindad* y *vecindario*, en (16a), está bien cubierto; pero nada impide la existencia de *vecindaje*[21]. Y el motivo del rechazo de *agudizamiento*, que no tiene la sanción del diccionario, no vale para *accionarial*, cuya extensión y uso ha merecido la entrada en el DRAE[22].

En cambio, no son muchas las referencias al uso de tecnicismos en la lengua común, de textos no sectoriales, para aparentar autoridad científica, con reforcimiento del sentido original estricto en un procedimiento denominado «impostura léxica»[23].

[21] La palabra *vecindaje* se documenta en el siguiente pasaje de las *Escenas andaluzas* de Serafín Estébanez Calderón (1833): «que por lo mismo se la inscriba en el número de las primeras decuriones de la hermandad, señalándosele aposento en el barrio de Triana como feligresa y colegiala, y haciéndosele ya repartimiento de sal por su derecho de *vecindaje*».

[22] En DRAE (2001): *accionarial*, '1. adj. Perteneciente o relativo a las acciones de una sociedad', junto a *accionario*, '1. adj. Perteneciente o relativo a las acciones de una sociedad anónima. 2. m. y f. Accionista o poseedor de acciones'.

[23] En Llorente (1980: 50-51) se califica de grotesco el abuso de tecnicismos en la lengua común: «En la lengua de todos los días, en la lengua conversacional, el uso y el abuso de estos tecnicismos resulta grotesco, aparte de presuntuoso y pedante, y como muchas veces estos tecnicismos son utilizados sin conocer realmente su auténtico significado, por lo tanto de manera inoportuna y con evidente impropiedad, están expuestos a sufrir una variación del significado y, en consecuencia, a dar origen a la aparición de cambios semánticos. De todas maneras, es asombrosa la rapidez con que muchísimos de estos neologismos se han introducido en la lengua común, y sorprendente, también, el desparpajo con que [...] echamos mano de términos como *programar, el establecimiento, alienación, problemática, conciencias, apertura, liquidez, balanza de pagos, balanza comercial, cobertura, política agresiva, reactivación, reajuste, recesión, inflación, deflación, situación conflictiva, sociedad de consumo, sociedad del bienestar, inmovilismo, catastrofismo, desestabilización, contestación, toma de conciencia, congruencia, coherencia, busca de la identidad, plataforma, parámetro, acuerdo-marco, consenso, consensuado, paternalismo, actitud triunfalista, realizarse, humanismo, panel reivindicativo, subida lineal, globalización, "mass media"*, etc., etc. Y no hablemos de *estructura* y *coyuntura*».

También son motivos de censura del MEU los casos de (17), muestras de lo que se conoce como «falsos amigos», objeto de numerosas advertencias en los libros de estilo[24]. Porque, según Fernando Lázaro Carreter, en el Prólogo al *Libro de Estilo de «ABC»*, son «desvíos del buen sentido, que sin ninguna razón se multiplican y difunden sin despertar sospecha, y que sólo contribuyen a empobrecer el idioma y a crear una situación magmática, precursora de la fragmentación».

(17)

a. **sensitive (sensitivo)**. La voz inglesa «sensitive» no debe traducirse por el término español *sensitivo*, puesto que, en inglés, «sensitive» significa *sensible*, mientras que, en español, *sensitivo* quiere decir «relacionado con los sentidos»[25].

b. **eventual**. (falso amigo) El inglés denota un acontecimiento que se sabe con bastante certeza que va a suceder *tarde o temprano, a la larga, a la postre* (que son otras tantas maneras de traducir *eventually*); en español, *eventual* es lo *fortuito*, lo *incierto* o *conjetural*. Una «aprobación eventual» es la que puede o no darse[26].

Sobre el concepto y manifestaciones de la «impostura léxica», cf. Alcoba (1999: §3.2).

[24] Según se puede leer en la Introducción a la decimosexta edición del *libro de estilo* de *El País* (2002: 15): «Gran parte de las modificaciones introducidas en el léxico de esta edición está relacionada con lo que los lingüistas llaman "falsos amigos". Se trata de una plaga en la prensa que se escribe en español, y consiste en el resultado de traducir una palabra a tenor de su sonido, y no por su significado en inglés o francés. Así, pasan a tener significados iguales dos vocablos que suenan de forma similar en sus respectivos idiomas y que sin embargo nombran cosas o conceptos diferentes. "Evidencia" (*evidence*) sustituye incorrectamente a "prueba"; se califica de "enfermedad seria" (*serious*) a una dolencia "grave", se toma "sofisticado" (*sofisticated*) con valor de complicado».

[25] En el DPD, *s. v sensitivo*, se dice lo siguiente: «Debe evitarse su uso con sentidos calcados del inglés *sensitive*, como 'impresionable o susceptible', 'capaz de sentimientos delicados o que se deja llevar fácilmente por las emociones': **"Entiendo bien el dolor* [...] *del presidente en funciones al desprenderse de sus bonsáis* [...]. *Quince centímetros de árbol pueden doler tanto al hombre sensitivo como los quince metros del mío"* (*Mundo* [Esp.] 15.2.96); o 'que cede fácilmente a la acción de ciertos agentes': **"Las personas que tienen ojos azules o verdes son más sensitivas a la luz que las de ojos negros"* (*Tiempo* [Col.] 7.4.97); en todos estos casos debe emplearse el adjetivo *sensible*. También son calcos rechazables del inglés los usos de *sensitivo* como equivalente de *delicado*, referido a un asunto o una situación: **"En un tema tan sensitivo se debe actuar con la mayor prudencia posible"* (*Siglo* [Pan.] 15.8.97); o como equivalente de *confidencial*, referido a información: ***"Se trata de determinar con precisión a qué información sensitiva tuvo acceso el funcionario cuestionado"* (*Clarín* [Arg.] 20.2.97)».

[26] Según advierte Lorenzo (1996: 206): «En cuanto a *eventualmente*) es claro el calco semántico inglés en frases como las denunciadas por MEU: "eventualmente se salvó" (= al final se salvó), "el resultado eventual de la crisis" (= el resultado definitivo)». Y el DPD, *s. v. eventual*, advierte: «No debe utilizarse con el significado de 'al final o finalmente', calco censurable del inglés *eventually*: **"Tal vez por eso Castro terminó eventualmente desterrando al Che de Cuba"* (*DAméricas* [EE. UU.] 15.4.97). Tampoco es apropiado el sentido de 'provisional o temporalmente': **"El internacional sólo pareció sentirse cómodo cuando ocupó eventualmente la plaza de Iván Rocha, que abandonó el terreno durante siete minutos a causa de una lesión"* (*Mundo* [Esp.] 3.10.94)».

c. **solamente**. Es un anglicismo utilizar esta palabra que, en español, significa *una sola vez*, en el sentido de «no... más que», «nada más», «únicamente». «Y *solamente* la semana pasada la primera ministra dijo...», traducción literal del inglés *only*. La frase «I saw him *only* yesterday» debemos traducirla por «Le vi *únicamente* ayer»[27].

La exposición de motivos en estos casos es tan evidente que la argumentación de la propuesta de rechazo o censura es inapelable. Pero también aquí, en casos como (17c), podemos encontrarnos, como en (14a), que se activa, por evidente influencia foránea, el uso de un sentido latente en la lengua. Porque, aunque aceptemos con (17c) que para (18a) es preferible (18b) y no (18c), censurable por «falso amigo», ni (18d), la autoridad del diccionario, sancionadora del uso, parece justificar las expresiones de (18c-d):

(18)
a. I saw him *only* yesterday.
b. Le vi *únicamente* ayer.
c. ??Le vi solamente ayer.
d. ??Y *solamente* la semana pasada la primera ministra dijo...

En efecto, (18c) y (18d) no serían aceptables, según la propuesta del DRAE para *solamente*: '1. adv. m. De un solo modo, en una sola cosa, o sin otra cosa'; pero sí lo serían según la propuesta para *solo*: 'Únicamente, solamente'. Quizás, según esto, en (18c-d) se manifieste una acepción (por influjo foráneo) no incorporada aún al diccionario académico, pero que ha de aceptarse por reciprocidad y por interpretación coherente de *solamente*: '2. Únicamente, solo'. Así pues, ejemplos como (19), procedentes de textos del *Corpus del Español* y perfectamente aceptables, son abundantísimos:

(19)
a. Pienso ahora *solamente* en su obra escrita para piano solo. (España: *ABC*)
b. Como Puccini después, supo muy bien aclarar que *solamente* en el teatro cabe la formulación de un juicio ecuánime acerca de la música. (España: *ABC*)
c. Arco es cada vez más restrictiva. Una feria no puede exigir *solamente* un determinado tipo de vanguardia. (España: *ABC*)
d. De Osaka *solamente* recuerdo dos cosas tremendas: el vestíbulo donde cabían 250.000 personas y el tren. (España: *ABC*)

[27] El origen de esta consideración quizá se deba a Lorenzo (1996: 59), que dice lo siguiente: «En cuando a *solamente*, hace años que lo censuramos por ser lo que llamamos un "anglicismo de frecuencia", ya que arrincona sinónimos como *sólo*, *únicamente*, *nada más que*, etc. Nos parece bien que se condene el uso de *solamente* como traducción de *only* en el giro *I saw him only yesterday*, pero no se le da al infractor la solución pertinente: 'Hasta ayer no lo vi (no lo había visto)'».

Podríamos entender mejor la aceptabilidad de (18c) y (18d) si consideramos que se trata de usos pendientes de la fuerza sancionadora del diccionario, que no ha incorporado aún esa segunda acepción de *solamente* (en el sentido de 'únicamente, solo'), recíproca de la citada para *solo* (en el sentido de 'únicamente, solamente'). Aunque el DUE de María Moliner, *s. v. solamente*, sanciona este sentido cuando lo define como: «Sólo, únicamente. Y no otra cosa, y no más: "Quiero *solamente* que me oigas". "Tengo *solamente* calderilla". "Vale *solamente* tres pesetas". A veces, tiene el sentido de *expresamente*: "Vino a Madrid *solamente* para eso"».

No nos vamos a referir a otros asuntos motivo de censura en el MEU (ortografía, expresión sintética, galicismo, expresión analítica, acento tilde, redundancia, pronunciación, italianismo, lusismo), porque son poco abundantes y su consideración no es diferente de la observada en los casos de (13), para evítese; (14), para calco; (16), para inexistente; y (17), para falso amigo, examinados hasta aquí. No obstante, antes de concluir este epígrafe, no podemos dejar de referirnos a los casos de censura por el motivo que hemos llamado de metábasis o de rechazo del uso en una categoría gramatical distinta de la original de la palabra, como ocurre en los ejemplos de (20):

(20)

a. **maratoniano**. dep. (atletismo) Es adjetivo y como tal debe ir siempre acompañando a un sustantivo (prueba *maratoniana*), por tanto, no debe utilizarse para referirse a la persona que participa en una maratón, que sería el *maratonista*, como quien juega al fútbol es *futbolista*.

b. **necrológica**. A veces se emplea este adjetivo como nombre. «Una *necrológica* dedicada a su vida.» Digamos una *nota / reseña necrológica*.

c. **impago**. Recogido ya en el DRAE como «omisión del pago de una deuda vencida». Puede emplearse como sustantivo, pero no como adjetivo (impuestos *impagos*; dígase impuestos *impagados*).

d. **opositor**. Evítese el error de utilizar este sustantivo como adjetivo: «... de acuerdo con su ideología *opositora* a las dictaduras...» (*opuesta*). *Opositor* es «persona que se opone a otra, aspirante a cátedra, etc.»; pero siempre sustantivo.

En concreto, se rechaza el uso de los adjetivos *maratoniano* y *necrológico* de los ejemplos de (21a) en casos como los de (21b), donde tales palabras se usan como nombres sustantivos:

(21)

a. Prueba *maratoniana*. Nota necrológica.

b. Los ??*maratonianos* españoles fracasaron en la carrera. Se ha publicado una ??*necrológica* extensa.

Y, recíprocamente, también se rechaza el uso de los nombres sustantivos *impago* y *opositor* de (22a) con función de adjetivo en los ejemplos de (22b):

(22)
a. El *impago* de los impuestos tiene multa. La crítica de los *opositores* es despiadada.
b. Los impuestos ??*impagos* (<*impagados*) tienen multa. Una ideología ??*opositora* (<*opuesta, oponente*) siempre es despiadada.

Vayamos por partes. Primero los ejemplos de (21). En estos casos, el MEU propone «digamos una nota / reseña necrológica», sin justificación; o bien, en el caso de *maratoniano* señala que no debe utilizarse como nombre porque es un adjetivo, y para la función nominal propone *maratonista*, por analogía con *futbolista*. Sin embargo, va a ser difícil que se imponga el nombre *maratonista*, porque no hay motivo gramatical para rechazar el nombre *maratoniano*; porque, esta forma también tiene referentes de analogía como *aldeano, serrano, cortesano, artesano, paisano, jerezano, peruano, ciudadano, africano*, etc.; que, como derivados en *-ano*, son adjetivos, pero que, como bien señala el diccionario, pueden usarse también como sustantivos («u. t. c. s.», según la terminología lexicográfica); y porque ambas categorías o clases de palabras, adjetivo y nombre comparten el valor positivo del rasgo nominal. Por eso la gramática clásica las designa respectivamente como palabras de clase «nombre adjetivo» o bien de clase «nombre sustantivo», marcando ese rasgo común que justifica el uso de tantas palabras con uno y otro valor funcional o sintáctico.

Recíprocamente, un reconocimiento parecido se puede aplicar al caso de los sustantivos *impago* y *opositor*, de (22a), que la gramática no impediría usar como adjetivos, en (22b); pero en este caso actúa la condición de «palabra existente» (*impagado* y *opuesto, oponente*), según la cual, «la existencia de una palabra en el patrimonio léxico de una lengua excluye la creación de otra [incluso por simple metábasis] de significado idéntico»[28].

Por tanto, aunque algunos usos de (20) sean rechazables por uno u otro motivo, quizá requieran una justificación más detallada que las propuestas categóricas, sin más, en forma de «como adjetivo no debe utilizarse...; evítese el error de...; es un sustantivo... y por tanto es incorrecto su uso como adjetivo».

Como contraste en el tratamiento de los casos de metábasis podemos recordar el rechazo del empleo de adjetivos con valor adverbial por parte de Llorente (1980: 49):

[28] *Cf.* Alcoba (1999: 75).

El uso de adjetivos con valor adverbial es una de las características más llamativas del español de nuestros días, y no sólo del habla coloquial ni del lenguaje de la publicidad, donde este empleo es extraordinariamente frecuente. Los adjetivos empleados con valor adverbial son, entre otros, *estupendo, espléndido, bestial, fenomenal, extraordinario, magnífico, desastroso, horrible, genial, duro, divino*, que aparecen continuamente en la conversación, sobre todo entre jóvenes, en frases como las siguientes: *Lo hizo bestial, Lo pasé extraordinario, Ha actuado fenomenal, juega horrible, Pinta genial, Ha trabajado duro, Lo pasaron divino*, etc. No podemos negar la fuerza expresiva de estas construcciones pero, a pesar de todo, creo que son poco elegantes y, por supuesto, poco ortodoxas; tan poco, que hacen daño al oído de las personas que tienen conciencia idiomática y están familiarizadas con la lengua literaria.

Es evidente que estas metábasis, o cambios de categoría, por el uso de adjetivos como adverbios se observan más en el habla coloquial o de la publicidad y no tanto en la lengua informativa, periodística o audiovisual. Por eso no se mencionan ejemplos de este tipo en el MEU. Pero también es evidente que estas sí son metábasis entre categorías de rasgos contradictorios (según Llorente, «poco ortodoxas y poco elegantes»), porque se dan entre tipos de palabras incompatibles: adjetivos usados como adverbios, que la gramática define mediante rasgos categoriales de valores opuestos, precisamente por su incompatibilidad sintáctica, salvo, como se ve en el lenguaje coloquial o publicitario, sincopado: *ha actuado fenomenal[mente]; juega horrible[mente]; pinta genial[mente]*; y sus recíprocos: Juan es de *familia bien*; son unos *chicos bien*; trabajan en una *casa bien*...

## 5. Palabras objeto de acotación

En la mayoría de los casos en que el MEU delimita el uso de las unidades léxicas, hace referencia a la necesidad de diferenciar el significado de unidades que, a pesar de confundirse en numerosas ocasiones en el uso, son totalmente distintas y han de distinguirse. Así ocurre con los parónimos, parejas de palabras que, debido a que comparten ciertas similitudes formales y semánticas, suelen emplearse de forma indistinta. Es el caso de *asequible* y *accesible*, términos que no son intercambiables, tal como señala el MEU en (23), tras recordar las acepciones del DRAE para cada una de estas voces:

(23)

a. **asequible**. [...] Decir de alguien que es una persona muy *asequible*, significa nada más ni nada menos que es fácil de comprar, y cuando en las noticias de deportes se dice que al Real Madrid le ha tocado jugar contra un rival muy *asequible*,

lo que se está diciendo es que se puede comprar la victoria con dinero. Y como decir esas cosas puede acarrear problemas con la justicia, es mucho más cómodo seguir usando el término apropiado en esos casos: *accesible*[29].

Además de los casos de confusión entre dos palabras de raíces distintas, pero con similitudes fónicas y semánticas, destacan especialmente en el MEU las advertencias acerca de las desviaciones en el uso de voces derivadas de una misma raíz. En estos casos, el libro de estilo suele recurrir a la autoridad del Diccionario para deslindar los usos aceptados para cada una de las formaciones. Un caso paradigmático es la entrada de (24) para *alimentario, alimenticio, alimentista*, en la que se delimita, según las fuentes que sirven de autorización, no sólo el uso de estos tres términos, sino también el de otros derivados, como *alimental* y *alimentoso*[30]:

(24)

a. **alimentario, alimenticio, alimentista**. Distíngase entre ambas palabras. *Alimentario* es 'lo relativo a los alimentos y a la alimentación' y también 'lo referente a la legislación sobre fabricación y venta de alimentos' (Código alimentario). *Alimenticio* es 'lo que alimenta' o 'tiene la propiedad de alimentar' (El chocolate es un producto alimenticio), aunque también la RAE da una segunda acepción: 'Perteneciente o relativo a

[29] También el DPD, con más detalle, s. v. *asequible*, precisa: «Conviene evitar su empleo con el sentido de 'que permite un fácil acceso o entrada' o, referido a persona, 'afable o de buen trato', sentidos que corresponden al adjetivo *accesible*: **"Madrid es fácilmente asequible por autopistas"* (Rojo, *Hotel* [Bol. 1988]); ***Presenta al curandero como un ser asequible, comprensivo"* (*NCastilla* [Esp.] 15.6.02)», y s. v. *accesible*, precisa más aún: «No es sinónimo de *asequible*, aunque ambas sean voces semánticamente próximas y se confundan frecuentemente en el uso. Mientras que *accesible* pertenece a la familia léxica derivada del verbo latino *accedere* ('llegar, acceder'), *asequible* procede de un derivado del verbo latino *assequi* ('conseguir, adquirir'); de ahí que para referirse a objetos que, por su precio moderado, pueden ser adquiridos sin dificultad, o con el sentido de '[precio] moderado', se use con preferencia *asequible*, y no *accesible*».

Ya Lázaro (2003: 149-150), tras recordar las observaciones de María Moliner y Manuel Seco, exponía los argumentos académicos en los siguientes términos: «la Academia [...] reserva a *asequible* su significado etimológico de 'que puede conseguirse o alcanzarse', mientras dice de *accesible* que califica lo 'de fácil comprensión, inteligible'. Este es, pues, el adjetivo que debiera utilizar la Ley enjuiciada, y no *asequible*, cuando afirma que 'procura utilizar un lenguaje que, ajustándose a las exigencias ineludibles de la técnica jurídica, resulte más *asequible* para cualquier ciudadano' (si es jurisperito, claro)».

[30] Son ejemplos donde se manifiesta un problema parecido, *mutatis mutandis*, los de *abortivo / abortista, petrolífero / petrolero, coralífero / coralino, cerealero / cerealista, alusorio / alusivo, cancerígeno / canceroso, desertización / desertificación, alternancia / alternativa, amargor / amargura, aparejar / emparejar, agudizamiento / agudización, alimentario / alimenticio / alimentista*...

los alimentos y a la alimentación'. El *Manual de Español Urgente* y el Diccionario de Seco aconsejan que se use *alimenticio* sólo como aquello 'que alimenta o que tiene la propiedad de alimentar'. *Alimentista* aparece en ocasiones, en la jerga del derecho, utilizado como sinónimo de *alimentario*, y así lo registra el DRAE; pero además significa 'persona que goza de asignación para alimentos'. Existen en español otros dos adjetivos derivados de alimento: *alimental*, que significa 'que sirve para alimentar', y *alimentoso* que significa 'que nutre mucho'.

En otros casos, la distinción tiene como objetivo aclarar una confusión semántica provocada por el desconocimiento de un significado de carácter enciclopédico en voces referidas a nociones culturales o a conceptos de carácter científico. Se trata de distinciones como las expresadas en (25):

(25)
a. **anglicismo**. *Anglicismo* es vocablo o giro del inglés empleado en otra lengua. No debe confundirse con *anglicanismo*, la religión reformada predominante en Inglaterra.
b. **meridional**. No hay que confundir los términos *meridional* y *septentrional*. *Meridional* significa «del Sur» y *septentrional* «del norte».

En este sentido, los gentilicios reciben un tratamiento especial en el MEU, pues es frecuente que aclare cuestiones referidas a su correcta formación desde el punto de vista morfológico así como a su extensión semántica, como ocurre con los casos de (26):

(26)
a. **finés**. *Finés* es el término con el que se designa tanto el gentilicio de Finlandia como una de las lenguas habladas en dicho país. *Finlandés*, en cambio, solamente debe emplearse como gentilicio. Aunque el uso corriente utiliza *finlandés*, para referirse indistintamente al gentilicio de Finlandia y a su lengua, lo apropiado, si nos referimos a la lengua, es emplear *finés*, una de las tres lenguas habladas en Finlandia: el *sueco*, el *lapón* y el *finés*, estas tres lenguas son *finlandesas*.
b. **israelita**. En las noticias se aprecia cierta confusión en el uso de los términos *israelí*, *israelita*, *judío* y *hebreo*, que se emplean como si fueran sinónimos. Con el gentilicio *israelí* se designa a los habitantes del Estado de Israel (plural, *israelíes*), al margen de la religión que puedan practicar. En cambio, se designa con el término *israelita(s)*: 1. a los judíos de la antigüedad. 2. en sentido religioso, a los que practican la religión del Antiguo Testamento. 3. a los judíos de todo el mundo (especialmente a los practicantes). La palabra *judío* designa a un pueblo o comunidad religiosa (no es una raza). El término *hebreo* es la lengua del pueblo *judío* y, por extensión, se aplica a los hablantes de dicha lengua. Los términos *israelita*, *judío* y *hebreo* son intercambiables en ciertos contextos, aunque conviene tener en cuenta

los matices señalados en los párrafos anteriores y emplearlos en el contexto apropiado[31].

Finalmente, el MEU establece distinciones entre palabras que pertenecen al mismo campo semántico, en el que no se comportan como sinónimos, sino como voces afines con un significado específico para cada una de ellas. Así, por ejemplo, en la entrada *malversación* se incluyen las definiciones del DRAE de «términos que engloban la denominación genérica de corrupción»: *peculado, desfalco, desfalcar, cohecho, cohechar, sobornar, malversación* y *malversar.*

Además de los casos de distinción de significados, la función de acotación de los usos de las palabras se manifiesta en el MEU mediante la delimitación del territorio en el que se usan dos o más formas alternativas. En este sentido, y, como ya hemos comentado, con el fin de asegurar la intercomunicación entre hablantes de distintos territorios, suele recomendarse el término de uso más general, o sancionado por las academias y el DRAE, como ocurre en el caso de (27), relegando las formas que considera de uso más restringido:

(27)

a. **partidario**, **partidista**. En las noticias enviadas por las delegaciones de EFE en Hispanoamérica, vemos con bastante frecuencia los términos *partidario* y *partidista* empleados con un significado que no tienen en español, o, al menos no lo registra el Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia. PARTIDARIO. No debe usarse como «miembro de un partido político»; dígase *militante*. Ni tampoco como «referente a un partido político» («los intereses partidarios»); dígase *del partido*

[31] Según Carnicer (1983: 51-53): «Cabría apuntar una causa más en la coexistencia, aunque no la identidad significativa, de *israelí* e *israelita*; porque la primera, *israelí*, se refiere al actual Estado de Israel, mientras que si decimos *israelita* nos valemos de la forma latina referente al Israel antiguo, es decir, hablamos de una historia remota; *israelita* equivale, además, a individuo de ley mosaica, y es sinónimo de *judío* o *hebreo*. La parte que esto último pueda tener en el caso de *saudí / saudita* tal vez encuentre apoyo, para el hablante común, en los términos *semita, camita, escita, hitita, ninivita* y otras lejanas referencias de los etnólogos y de la historia antigua, así como en denominaciones que tomadas del griego han venido a dar en castellano una terminación idéntica: *selenita*, supuesto habitante de la luna; *eremita*, habitante del desierto; *cosmopolita*, etc.». Más precisas son las observaciones de Rosenblant (1974: III, 149-150): «Pero ¿por qué *israelí* si ya teníamos *israelita*? *Israelita* tiene la terminación *-ita*, de origen griego, como *ismaelita, carmelita, moabita, levita, jesuita, moscovita*. Se encuentra ya en Covarrubias, en 1611: "El que era del pueblo de Israel o israelítico". [...] Al constituirse modernamente el Estado de Israel ha adoptado la designación de *israelí* para su habitante o lo relativo a Israel, y ha quedado *israelita* para designar al hebreo de la dispersión (de la diáspora), emigrado a todos los países del mundo. De ese modo *israelita*, con su terminación de origen griego, e *israelí*, con su terminación semítica (que es también hispánica), representan dos etapas en la historia del judaísmo». *Cf.* también DPD, *s. v. israelí.*

o *de los partidos*. PARTIDISTA. Incorrecto en «los intereses partidistas», por *del partido* o *de los partidos*. *Partidista* es «que antepone los intereses de su partido a los del país»[32].

Cuando no es posible recomendar el rechazo de una voz de carácter local en favor de otra de alcance más general, como ocurre en las alternancias *aparcar, estacionar, parquear*, todas ellas de uso exclusivo y generalizado en distintos territorios de habla hispana, el MEU distingue en casos como (28) la extensión geográfica de cada término, de manera que el usuario del libro de estilo pueda elegir uno u otro término según la ubicación del destinatario del texto:

(28)

a. **aparcar**, **estacionar**, **parquear**. Una de las cosas que la *Fundación del Español Urgente* siempre tiene presente es que, entre los casi 400 millones de hispanohablantes que hay en el mundo, los españoles sólo representamos una décima parte. Y es por eso por lo que, antes de aconsejar o desaconsejar el uso de una palabra, nos cercioramos de no estar recomendando o imponiendo a los países de la América hispana una cosa sólo usada o válida en el español de España, que a nosotros nos parece la correcta y que del otro lado del Atlántico puede resultar extraña. Y eso podría ocurrirnos con los verbos *aparcar, estacionar* y *parquear*: la tendencia lógica sería recomendar el uso de *aparcar* (y *aparcamiento*), ya que esa es la forma más corriente en España; pero resulta que en la mayor parte de los países hispanohablantes se utiliza *parquear* y en otros pocos *estacionar*, y, en todos ellos el verbo *aparcar* es extraño y muy poco usado. En Centroamérica y los países del norte de Sudamérica lo más habitual es *parquear en los parqueos*, excepto en Colombia, donde se *parquea en el parqueadero*, aunque en todos ellos también se utiliza en ocasiones *estacionar en los estacionamientos*. En Venezuela lo habitual es *estacionar* o *parquear el carro en el estacionamiento* que, a su vez, está atendido por los *parqueros* (en España esos señores se llaman *aparcacoches* y trabajan en el *parking*).

[32] En este sentido, Lázaro (1997: 656) ya criticaba el uso de *partidario*: «según una tendencia que lleva algunos años actuando, y que ha producido, por ejemplo, el desvío semántico de *partidario* para significar 'perteneciente o relativo a un partido político' (intereses *partidarios*, en vez de *intereses de o del partido*), con la violencia que representa construirlo sin el complemento con de que acompaña normalmente a ese adjetivo (*partidario de* nuevas elecciones)».

El DPD adopta una perspectiva más descriptiva y contemporizadora de los usos y significados de *partidario* y *partidista* en los distintos territorios. *S. v. partidario*: «2. Significa, además, 'de(l) partido o de (los) partidos': "*Buscó, fundamentalmente, el sí de Menem y Ruckauf, en guerra permanente por el liderazgo partidario*" (*Clarín* [Arg.] 17.5.01). Con este mismo sentido se emplea también, especialmente en América, el adjetivo *partidista*». *S. v. partidista*. «2. A menudo, especialmente en América, significa 'de(l) partido o de (los) partidos': "Después de las elecciones democráticas del 2 de julio de 2000, [...] la vida partidista mexicana reveló su anacrónica insuficiencia" (Fuentes *Esto* [Méx. 2002])». Con este sentido se usa también el adjetivo *partidario*».

Como puede observarse, en esta delimitación territorial de las voces, el MEU no impone los usos del español peninsular, sino que pretende distinguirlo como una más de las variantes del habla hispana, recomendando, en todo caso, evitar la mezcla de voces de uso exclusivo en uno u otro territorio y que, por tanto, son de difícil comprensión fuera de la zona geográfica en que se emplean más comúnmente. De este modo, es frecuente que el MEU haga especificaciones restrictivas de uso, como «en América» / «en España», en ejemplos como (29), con el fin de distinguir los términos más propios en las noticias y despachos destinados a un territorio u a otro:

(29)

a. **competencias.** Al hablar de deportes es mejor usar la voz *competición* en las noticias para España. (*competencias* es propio de Argentina, Colombia y Paraguay).

b. **sorpresivo**. Americanismo. En despachos españoles dígase *sorprendente, inesperado*.

c. **transar**. Americanismo. En los despachos para España dígase *transigir, ceder, llegar a una transacción o acuerdo* (DRAE)[33].

Estos artículos ponen de manifiesto las dificultades que representa la variación dialectal, así como el hecho de que la pretendida «neutralización» del lenguaje resulta en ocasiones inviable por la inexistencia de términos de uso común en todo el territorio de habla hispánica. En estos casos, el MEU hace una propuesta de selección léxica que especifica las voces propias de cada zona. Estas especificaciones de uso geográfico son tan necesarias y justificadas en un libro de estilo para una lengua tan extendida como el español, que en el MEU se pueden intuir latentes en muchos artículos donde no se hacen patentes observaciones restrictivas de uso.

[33] Lázaro Carreter (1997: 630) se refiere con algún detalle al nacimiento, uso y distinta difusión del término en América y España: «Los avances observables en el anglicismo *transar* ya permiten presumir que el español le rendirá pronto las pocas trincheras que aún le resisten. Ya puede leerse en un diario [...] cómo la reciente visita del Papa a España ha reafirmado, refiriéndose al aborto, la negativa de la Iglesia "a *transar* con la cultura de la muerte". Tal verbo figura en el Diccionario desde hace bastantes años, aportado por varias Academias americanas, y referido su empleo a sólo aquel continente, con el significado de "transigir, ceder, llegar a una transacción o acuerdo". ¿Hacía falta, existiendo estos últimos verbos, y otros más, que ofrecen la posibilidad de expresar y, sobre todo, de matizar las variedades de tal tipo de acción? Evidentemente no; con ese verbo, alguien quiso calcar el inglés *to transact*, que permite obviar todo tipo de precisiones acerca de cómo se transige o pacta, achicando el esfuerzo de buscar el término apropiado; de paso, sentó plaza de culto, y su ocurrencia triunfó. En América, ciertos países y círculos lo miraron con recelo; en España, ni se miraba. [...] De que el innecesario neologismo avance, consuela algo el hecho de que, al extenderse, grapa una mínima fisura entre el español de allí y el de aquí».

## 6. Palabras objeto de sanción

La tercera función del libro de estilo que hemos delimitado a través del análisis de los motivos por los que se incorporan entradas en el MEU coincide con el objetivo fundamental de las obras de carácter lexicográfico: sancionar o aprobar los usos correctos en la norma. En el MEU esta finalidad se manifiesta fundamentalmente en tres tipos de entradas. En primer lugar, en la mayoría de artículos, como (30), con la calificación de «evítese» (que acompaña a 427 voces) se ofrece, como alternativa a la expresión censurada una formulación «preferible» (en 356 casos):

(30)
a. **automación**. Empléese *automatización*.
b. **coalicionar**. No existen los verbos *coalicionar* ni *coalicionarse*. En su lugar, lo correcto es utilizar los verbos *coligarse, unirse, aliarse* o las perífrasis «hacer o formar una *coalición*», «hacer o formar una *liga*», «hacer o formar una *confederación* o una *unión* de personas, grupos políticos o países»[34].

Puesto que la función principal del libro de estilo es advertir acerca de los errores más comunes o manifestaciones de uso no aceptables por cualquier motivo, no es extraño que la mayoría de entradas en las que se encuentra una calificación del tipo «preferible» se encabecen con un lema empleado de manera incorrecta en español. Frente a esta tendencia, son muy pocos los casos (sólo 85), en que el lema se propone como «preferible»:

(31)
a. **apartamento**. Preferible a *apartamiento*[35].

[34] *Cf.* en la n. 16 las observaciones de Lorenzo (1996: 158-159) acerca de *coaligar*.

[35] Casares (1963: 44-45) explica la inclusión de *apartamento* en el Diccionario: «Las primeras apariciones del vocablo en escritores peninsulares datan de fines del siglo XVIII y parecen tomadas del francés. A partir de entonces padece un eclipse casi total que dura hasta nuestros días. Mientras tanto en América, y esta vez probablemente por influjo de los vecinos anglosajones, se iniciaba y cundía rápidamente el uso de *apartamento*; y de allí parece ser que nos llega ahora como si fuese un americanismo».

Rosenblat (1974: I, 25-27) argumenta con algún detalle la distinción entre ambos términos: «Innovación por innovación, me parece mejor que *apartamiento* conserve sus usos tradicionales, que no son pocos, y se reserve el galicismo o anglicismo *apartamento* para el nuevo tipo de vivienda. ¿Hay alguna dificultad para ello? ¿Repugna acaso al genio de la lengua? Realmente no, como lo prueba el triunfo del galicismo *departamento*, hoy general en varias acepciones. En castellano tenemos formaciones como *alumbramiento, alzamiento, crecimiento*, etc. (un millar de sustan-

b. **cotidianidad**. Aunque el DRAE también registra *cotidianeidad*, da preferencia a *cotidianidad*[36].

En segundo lugar, otro tipo de entradas en las que el MEU sanciona los usos correctos de las voces, lo constituyen los artículos en que no se muestra una

tivos] frente a otras como *campamento, fundamento, juramento, temperamento*, etc. (unos setenta). Y hasta algunas alternancias admitidas por el Diccionario de la Academia: *armamento-armamiento* (la segunda ya anticuada), *lineamento-lineamiento, pagamento-pagamiento, salvamento-salvamiento*, etc. Cervantes escribía *encantamento*, hoy es general *encantamiento*. Nada se opone, pues, en principio a que junto a la forma tradicional *apartamiento*, en sus diversas significaciones, subsista *apartamento*, en una más moderna. El uso de *apartamiento* para esta última significación se siente como afectado en casi todas partes, y entre nosotros lo prueba una conocida anécdota, que se atribuye a Miguel Otero Silva. Una joven le decía consternada que no podía casarse porque no encontraba *apartamiento*, y él le contestó: "—Señorita, lo *lamiento*"».

Lorenzo (1996: 496) justifica así la sanción de *apartamento*: «La edición de 1947 del DRAE no recoge aún la palabra *apartamento*, que sí figura, en cambio, en la de 1970 con la acepción que antes era 3.ª en *apartamiento*. En la entrada de ésta se remitía a *apartamento*. Ello explica la vacilación en el uso de ambas formas, resuelta en España a favor del neologismo de origen extranjero. Alfaro la considera "archianglicismo" (< ingl. *apartment*), pero admite, citando autoridades lexicográficas, el origen francés. Remontándonos más habría que indicar que la voz francesa *appartement* procede del italiano *appartamento*, voz que se considera un hispanismo, atestiguado en esta lengua en 1538, según Paolo Zolli, con la grafía *aportamento*».

[36] Moreno de Alba (1992: 79) justifica el rechazo de *cotidianeidad* y defiende la presencia de *femineidad*: «Existen algunos pocos adjetivos españoles terminados en *-eo* que, cuando forman el derivado, conservan la vocal e (suprimiendo por tanto sólo la o final) y añadiendo el sufijo *-idad*: *contemporáneo-contemporaneidad, simultáneo-simultaneidad, espontáneo-espontaneidad, homogéneo-homogeneidad, idóneo-idoneidad, corpóreo-corporeidad*... Debe tenerse en cuenta que no es éste el caso del adjetivo, *cotidiano*, que termina en *-o* (no en *-eo* y por tanto conviene evitar la formación **cotidianeidad*, que a veces se usa en el español mexicano, particularmente en la lengua escrita. La única forma correcta es *cotidianidad*. Por lo contrario, resultan igualmente aceptables los derivados *femineidad* y *feminidad*. El primero proviene del adjetivo *femíneo* (latín *femíneus*, terminado en *-eo*, por lo cual se conserva la e antes del sufijo (*femineidad*). El segundo deriva de *fémina* (mujer, persona del sexo femenino), y por tanto se construye mediante la adición de *-idad* a la raíz *femin-* (*feminidad*)».

Casares (1961: 197-198) también observa la alternancia *-eidad / -idad*, en la pareja *femineidad / feminidad*, que presenta el mismo problema de *cotidianeidad*: «De los tres adjetivos que tenemos en romance para denotar lo que es propio de las mujeres, a saber: *femenil, femenino* y *femíneo*, podíamos haber sacado normalmente *femenilidad, femeninidad* y *femineidad*. El primero no ha prosperado, sin duda a causa del matiz ligeramente despectivo que tiene el adjetivo *femenil*; el segundo, *femeninidad*, no ha logrado mejor fortuna, tal vez por su pronunciación poco grata, debida a la repetición interior *-nini-*; en cambio, el tercero, *femineidad*, lleva ya más de medio siglo en el Diccionario (entró en 1869), lo cual acredita una vida anterior cuya duración podrían precisarnos los juristas, puesto que el vocablo tuvo origen como tecnicismo forense y probablemente para designar el mayorazgo en que sólo habían de suceder las hembras, por oposición al llamado mayorazgo de masculinidad».

preferencia hacia una opción lingüística, sino que, directamente se aprueba el empleo de un término, bien porque «figura» en el Diccionario, fuente de referencia principal del libro de estilo, bien porque se considera «admisible» por diversos motivos. La mayoría de casos en que el MEU incluye la calificación de «figura» suelen ser neologismos de reciente incorporación en el DRAE, por lo que la referencia al Diccionario sirve para corroborar un uso documentado en los medios de comunicación. En las entradas de (32) se observa cómo el libro de estilo se hace eco de las novedades del DRAE:

(32)

a. **implemento**. La Academia lo admitía aplicado al campo de la informática, pero en la vigésima segunda edición del DRAE puede aplicarse en cualquier campo: *Poner en funcionamiento, aplicar métodos, medidas, etc. para llevar algo a cabo.*
b. **indexar, indexación**. El DRAE ya registra *indexar, indexación*[37].
c. **instrumentalizar**. La vigésima segunda edición del DRAE ya recoge esta palabra con el significado de «utilizar algo o a alguien como instrumento para conseguir un fin».
d. **inviable**. Figura ya en el DRAE.
e. **liderar**. dep - Es voz que puede alternar con *encabezar, dirigir, capitanear* o *mandar*. Este verbo figura ya en el DRAE[38].

[37] Moreno de Alba (1992: 220-221) describe con precisión la entrada del tecnicismo de economía: «Ni en los más recientes vocabularios hispánicos aparecen algunos vocablos como *indexar, indexación, indiciación*, que refieren a procedimientos de carácter económico que se relacionan con otros fenómenos de la misma naturaleza, como la llamada *inflación* [...]. Es muy probable que todos ellos se hayan originado en lengua inglesa y de allí se hayan traducido al español; aunque tampoco los vocabularios ingleses generales consignan palabras como *indexation*, que o deben ser por tanto muy nuevas en esa lengua o se consideran especializadas y por ende no definibles en diccionarios comunes. [...] Se presentan, según creo, sólo dos opciones: o se toma el anglicismo neológico (*indexar, indexación*) o se añade la acepción técnica (de carácter económico) a los vocablos *indizar* e *indización*. [...] En el español mexicano al menos, parecen predominar, en el habla cotidiana, *indexar* e *indexación* (sobre *indizar* e *indización*). Serán, como siempre, los hablantes y sólo ellos los que decidan en definitiva cuáles vocablos se incorporan y cuáles se desechan».

[38] Lázaro Carreter (1997: 656-657), con el tono propio de este trabajo, describe la extensión y uso de este anglicismo: «El término *leader* posee en inglés gran número de significados, con reflejo más o menos exacto en nuestra lengua, en la cual designó primero a quien, en virtud del prestigio que lo aureola, conduce o dirige la mente y el comportamiento de otros, sobre todo en política. Pasó a aplicarse en otros órdenes de la vida social. Y así, podía –y puede– hablarse con bastante propiedad, de líderes religiosos, culturales y de otros tipos de creencias y actitudes: juveniles, feministas, nacionalistas, abortistas...: siempre se trata de personas (o cosas: *la marca líder de la moda*) a las que se reconoce fuerte capacidad para guiar a otros. Pero es este último rasgo el que ha ido desapareciendo en los empleos más recientes de *líder*. Lamentablemente, porque tal vocablo (y *liderazgo*) enriquecían originariamente nuestro idioma con ese importante matiz de la 'autoridad poseída por méritos propios', que es obedecida y seguida por otros».

A pesar de la consideración general del DRAE como referente sancionador, el MEU no siempre manifiesta su acuerdo con dicha fuente, especialmente en los casos en que el DRAE ha incorporado como aceptables variantes lingüísticas neológicas que el libro de estilo considera innecesarias o inadecuadas por existir en la lengua una forma arraigada, como ocurre en los casos de (33):

(33)
a. **influenciar**. Prefiérase *influir*, aunque lo registre el DRAE[39].
b. **medievo**, **medioevo**. Aunque las dos formas figuran en el DRAE, prefiérase la primera.
c. **narcotraficante**. Aunque figura ya en el DRAE es preferible *traficante de narcóticos*.

En algunas ocasiones, la remisión al DRAE no cumple la función de referente que deba tenerse en cuenta en la elección entre dos o más variantes de una unidad léxica, sino que se aduce como recordatorio del significado de las voces. Esto ocurre en un número relativamente elevado de casos, 251, como los de (34):

(34)
a. **minusvalía**. Esta palabra se aplica con el significado de 'discapacidad física o mental de alguien por lesión congénita o adquirida'. Y también, 'detrimento o disminución del valor de algo'.

[39] Moreno de Alba (1992: 226) da noticia de la sanción académica del término: «Llama la atención que ahora, en la reciente edición del vocabulario oficial de la Academia (1984) aparezca *influenciar*, que remite a *influir* y que, por tanto, está ya plenamente aceptado por ese órgano normativo. Creo, con Moliner, que efectivamente *influenciar* "no añade nada a *influir* y suena mal". Si no tiene origen en el francés, quizá esté formado simplemente sobre la base del sustantivo *influencia*. *Influir* por lo contrario, tiene una evidente etimología latina en el verbo *influere*, compuesto de *in* y *fluere*».

Rosenblat (1974, III: 265-268) justifica la existencia, con significados y extensión distinta, de *influenciar* e *influir*: «Ante todo, un poco de historia. El latín tenía el verbo *influere*, influir (en su origen era fluir dentro de algo), del cual se formó el sustantivo *influxus*, el influjo. Del verbo, el latín medieval, y concretamente el latín de los astrólogos, formó la *influentia*, para designar la supuesta acción de los astros sobre el destino y el comportamiento del hombre. Por eso tenemos tradicionalmente en castellano el verbo *influir* y dos sustantivos: *influjo* e *influencia*, este último ya en Fray Luis de Granada, Cervantes y Góngora. Nuestro tan combatido *influenciar* es relativamente reciente, de mediados del siglo XIX. Todavía no lo conocía Baralt, siempre en acecho en esta materia, pero ya lo criticaba Rufino José Cuervo, que le encontraba «visos de francés e inglés». Ramos Duarte lo documentaba en una novela mejicana de 1873. [...] Así como conviven desde hace siglos los dos sustantivos *influjo* e *influencia*, que no son del todo iguales, es posible que se mantengan también los dos verbos. Nos parece que *influir* está quedando relegado al orden material y a la terminología técnica, y que *influenciar* está acaparando el inmenso campo de las actividades humanas».

b. **muestreo**. Figura ya en el DRAE. [1. m. Acción de escoger muestras representativas de la calidad o condiciones medias de un todo.2. m. Técnica empleada para esta selección.3. m. Selección de una pequeña parte estadísticamente determinada, utilizada para inferir el valor de una o varias características del conjunto.]

Aunque no siempre se cita el DRAE como fuente de procedencia del significado de las voces, las acepciones recogidas por el MEU suelen proceder de dicho diccionario, como ocurre con *minusvalía*[40].

Finalmente, un tercer tipo de entradas de carácter sancionador está constituido por los artículos en que el MEU propone la inclusión de neologismos necesarios en la lengua, ya se trate de voces derivadas según las reglas de formación de palabras del español o de préstamos muy extendidos en la lengua[41]. En estos casos (véanse las entradas de 35), el MEU califica de «admisibles» voces de uso común en la lengua actual que el *Diccionario* académico no ha incorporado:

(35)

a. **bricolaje**. Además de esta forma, se usa también *bricolajear* y *bricolajero*, aunque estas últimas no aparecen en el DRAE.

b. **jornada**, **jornadista**. Pueden emplearse en el sentido de *congreso*, *congresista*, aunque no figuren en el DRAE.

c. **mileurista**. La voz *mileurista* designa en español a las generaciones que tienen entre 25 y 35 años y que con una formación superior (máster, posgrado e idiomas), desempeñan un trabajo que no siempre está acorde con su preparación y por el que perciben un salario que está en torno a los mil euros mensuales. Esta nueva palabra debe escribirse siempre en letra redonda y sin entrecomillar: mileurista. Pese a no figurar aún en el DRAE, *mileurista* forma parte de nuestro caudal léxico, es palabra bien formada según las reglas del español y ha sido, además, ampliamente difundida desde su acuñación en España (en una carta al diario *El País* en agosto de 2005).

En algunos casos, la ausencia en el Diccionario de las voces señaladas como aceptables en el MEU se explica porque se trata de términos con nula o escasa frecuencia en el *Corpus de Referencia del Español Actual*, fuente de

[40] *Cf.* la entrada del MEU con el artículo de la vigesimosegunda edición del DRAE: «**minusvalía**. (Del lat. *minus*, menos, y valía).1. f. Detrimento o disminución del valor de algo. 2. f. Discapacidad física o mental de alguien por lesión congénita o adquirida».

[41] A título de ejemplo Félix de Azúa (*El País*, 10/03/2008, p. 41) apunta una carencia rara: «Me resisto a creer que no haya en español una palabra capaz de definir ese temblor que asalta al viajero y que los franceses llaman *dépaysement*, extrañamiento del país, pérdida del lugar, lejanía de la patria, algo similar a lo que se solía describir con el castizo "caérsele a uno el pelo de la dehesa"».

referencia del repertorio lexicográfico académico. De las voces anteriores, por ejemplo, sólo se documenta *bricolajear* en un texto. En el caso de *mileurista*, voz asentada en el lenguaje periodístico (como demuestra una búsqueda del término en los ejemplares digitales publicados a lo largo del último año en *El País*, con un resultado de 167 ocurrencias), la ausencia del término no sólo debe explicarse por el hecho de que éste no se documenta en ninguno de los textos de referencia de la Academia Española, sino porque se trata de una creación lingüística muy expresiva fruto de una situación cultural concreta. Tradicionalmente, este tipo de unidades léxicas no se incorporan al Diccionario hasta que se considera que su uso se ha generalizado de manera que no constituyen una moda pasajera, sino una referencia estable a una realidad concreta[42].

## 7. Argumentación del Libro de Estilo

Las entradas del MEU estudiadas en este trabajo ejemplifican los distintos tipos de argumentos para censurar, acotar o sancionar los usos documentados en la lengua periodística actual. Las razones aducidas por el MEU se basan en distintas consideraciones gramaticales, de carácter estilístico, de extensión del uso y de autoridad. Si bien son escasos los artículos en los que el MEU acude a motivaciones de carácter lingüístico con el fin de apoyar o reprobar un uso, la alusión a las reglas gramaticales subyace en afirmaciones como las siguientes:

(37)
a. **anatemizar**. Dígase *anatematizar*. // **aperturar**. Verbo innecesario. Dígase *abrir*. // **apolitismo**. Dígase *apoliticismo*. // **aproximamiento**. Dígase *aproximación*.

[42] De todos modos, ni el DRAE ni el MEU pueden ser exhaustivos y es fácil apuntar ausencias, perfectamente justificables, por motivos de capacidad, en un instrumento limitado como el MEU, de ejemplos como *friki*, motivo de preocupación para un columnista de *El País*: «Deberíamos cuidar el lenguaje. Es, al fin y al cabo, una de las cosas que nos distinguen de los demás mamíferos y de ciertos parlamentarios. Sin palabras no hay conceptos, ni realidad comprensible. Conviene manejar con prudencia, por ejemplo, el término *friki*, muy popular últimamente. La palabra *freak*, origen de este anglicismo, definía una excentricidad no del todo inocente. En 1932, el director cinematográfico Tod Browning aportó al vocablo una nueva carga con la película *Freaks (La parada de los monstruos)*, un durísimo poema visual protagonizado por personas deformes. Durante varias décadas se mantuvo en el ámbito de lo despectivo. Luego se dulcificó. Ahora, al parecer, basta una manía, una afición inusual o un comportamiento estrafalario para ser un *freak*, o un *friki*. *Salvemos Eurovisión*, esperpento emitido el sábado por TVE, aspiraba, al parecer, a celebrar el nuevo *frikismo*. [...] Pero ese programa, [...] fue una simple gansada. Me aflige que se malgaste la palabra *friki* para definir a unos cuantos pavos haciendo el ganso, porque la consecuencia del derroche semántico impone un endurecimiento verbal», Enric González, *El País*, 10/03/2008, p. 81.

b. **balazo**. No equivale a *tiro* o *disparo*. *Balazo* es el impacto de bala disparada con arma de fuego y la herida causada por una bala. No debemos escribir: «Antes de retirarse dispararon otros tres *balazos*». Debió decirse: «Dispararon otros tres *tiros*» o «Hicieron otros tres *disparos*» o, simplemente, «Dispararon otras tres veces». // **catástrofe humanitaria**. No debe hablarse de *catástrofe humanitaria*, puesto que una catástrofe no puede buscar el bien de los seres humanos, que es el significado real del término «humanitaria».

c. **auto-**. Este prefijo es redundante con verbos que llevan pronombre reflexivo. Por lo tanto, se aconseja evitarlos, salvo que se quiera dar un énfasis especial como *autodefinirse, autoproclamarse, autoconvencerse, autoestimarse*, etc. Con sustantivos es normal su uso en casos como *autocontrol, autoestima, autoevaluación, autoconfianza, autodefensa*... // **autoposicionarse**. El prefijo *auto-* es innecesario, ya que los pronombres reflexivos desempeñan la misma función. // **autoproclamarse**. Si alguien se proclama, solo puede hacerlo a sí mismo, no es posible que alguien *se proclame* a otra persona.

En (37a) los motivos que explican el rechazo del libro de estilo se refieren en los casos de **anatemizar* y **apolitismo* a una mala formación del derivado, pues en ambas formas se ha producido una síncopa innecesaria de una sílaba de la base, *anatema* y *apolítico*, respectivamente[43]. En **aperturar* y **aproximamiento*, producto de aplicar las reglas morfológicas del español, que permiten derivar un verbo en *-ar* de un sustantivo femenino (como *calmar*, procedente de *calma*) y un sustantivo en *-miento* de un verbo de la primera conjugación (como *tratamiento*, de *tratar*), la incorrección estriba en que el empleo de estas formas neológicas es rechazado por la lengua, que, por el principio de «palabra existente» de Alcoba (1999: 75), rechaza los derivados redundantes que ocuparían la misma función de unidades léxicas ya existentes, como *abrir* y *aproximación*.

En los casos de (37b) el motivo subyacente a la reprobación del MEU es de carácter semántico. *Balazo* no equivale a 'tiro' o 'bala', porque la terminación *-azo* en español tiene un valor de aumentativo (*cochazo*) o bien, como ocurre en *balazo*, expresa el significado 'golpe efectuado con el elemento expresado por la base' (*latigazo, codazo*). Asimismo, en el caso de *catástrofe humanitaria*, impropiedad muy extendida, se transgrede el significado lexicalizado para *humanitario, ria*, 'que mira o se refiere al bien del género humano' (DRAE), más específico que la mayoría de adjetivos derivados en *-ario* en los que el sufijo suele indicar simplemente la existencia de relación con la base derivativa (como en *bancario, embrionario*)[44].

[43] Según Alcoba (1999: 74), infringen la condición de «neologismo posible» de uso regular de un afijo derivativo.

[44] Según el DRAE, el sufijo *-ario* se emplea también, para formar «sustantivos que significan, entre otras cosas, profesión. *Boticario, ferroviario*», para referirse «a la persona a quien se cede

Finalmente en (37c) la sintaxis explica la incorrección de voces como **autoposicionarse* y **autoproclamarse*, inexistentes por la redundancia que supondría expresar mediante el prefijo *auto-* que la acción tiene sentido reflexivo sobre el agente, donde el pronombre átono ya señala ese mismo significado[45].

Entre las motivaciones de carácter estilístico, destacan las observaciones destinadas a reducir el «abuso» de determinados términos muy extendidos en la lengua informativa. La advertencia del MEU acerca de estas voces se fundamenta en que se trata de palabras comodín que están desplazando, de manera innecesaria, a otros términos del español. La condena de este fenómeno, en casos como los de (38), se basa en consideraciones de carácter semántico, pues frecuentemente los términos suplantadores tienen un significado genérico, menos preciso que las voces suplantadas[46]:

(38)

a. **prioridad**. Aunque aceptado por la Academia, es anglicismo que abunda hasta la náusea desplazando a *preferencia, precedencia, prelación* y *preferente*.

b. **provisionar**. En la información económica es habitual el uso del verbo *provisionar* en frases como: «Iberdrola *provisiona* 150 millones de euros para reducir costes», «La empresa destinó 211 millones a *provisionar* la prejubilación de 39 trabajadores». Se considera admisible el uso de este nuevo verbo, aunque se recomienda que se simultanee con los que se venían usando hasta su aparición como *abastecer, aprovisionar, dotar, proveer, disponer, asignar, proporcionar, suministrar, facilitar*...

algo. *Concesionario*» y para «señalar el lugar donde se guarda lo significado por el primitivo. *Campanario, relicario*».

[45] Frente a los libros de estilo fundamentalmente destinados a profesionales de la comunicación, el DPD, con un público más amplio, incluye un mayor número de comentarios de carácter gramatical. Así ocurre en el caso de *auto-*, donde se advierte de la existencia de «verbos que admiten el uso conjunto del *se* reflexivo en función de complemento directo [...] y del prefijo de sentido reflexivo *auto-*: *autocensurarse, automedicarse, autoconvencerse*, etc.» y de casos en que «es admisible la concurrencia del *se* reflexivo y el prefijo *auto-* cuando se busca deshacer la posible ambigüedad de sentido planteada por la confluencia formal de la construcción reflexiva con la de pasiva refleja [...]: en *"El grupo se autodenomina* La Farem Petar" (Azúa *Diario* [Esp. 1987])], queda claro que son los integrantes del grupo los que se aplican a sí mismos ese nombre, frente a *El grupo se denomina* La Farem Petar, que puede equivaler a *El grupo es denominado* [por otros] La Farem Petar». Finalmente, concluye que «fuera de estos casos, el uso conjunto del pronombre reflexivo y el prefijo *auto-* no es aconsejable y, desde luego, es inadmisible cuando el verbo solo puede tener interpretación reflexiva: **autosuicidarse*».

[46] El MEU define en qué consiste este fenómeno al explicar la presencia de verbos comodín en la entrada *finalizar*: «Un verbo comodín es aquel que sustituye a todos los demás de su campo semántico, es decir, de significado igual o casi igual, y que aparece sin cesar en la lengua oral y escrita, arrinconando a todos los demás».

En los casos en que la palabra comodín tiene su origen en un calco del inglés se advierte también del peligro de introducir matices semánticos en palabras con otros significados asentados en la lengua. Así ocurre en los casos de *puntual* y *puntualmente*, donde, a pesar de que se señala que el DPD acepta el uso de *puntual* como sinónimo de 'aislado o concreto, limitado a un caso individual', el MEU indica que resulta innecesario incorporar dicha acepción, pues la lengua dispone de otros términos más adecuados para expresar este concepto[47]:

(39)

a. **puntual**. Aunque el DPD señala que el uso de *puntual* con el sentido de 'aislado o concreto, limitado a un caso individual' no es censurable, es preferible no abusar de él desplazando otras formas más apropiadas como *concreto, específico, determinado, exacto, preciso o pormenorizado*, según el caso. En las siguientes frases se ejemplifica el empleo indiscriminado de esta palabra comodín: «Ahora sólo falta llegar a acuerdos *puntuales* para evitar el deterioro de...» (...acuerdos *pormenorizados* para...); «... se pueden expresar ciertas críticas *puntuales* con respecto al contenido de la película» (...ciertas críticas *concretas* con...); «El narcotráfico es un asunto *puntual* que hay que erradicar» (...es un asunto *específico* que...).

b. **puntualmente**. En español significa «con diligencia y exactitud, pormenorizadamente»; y, por supuesto, «a la hora en punto». Evítense otras acepciones.

El MEU incorpora también advertencias sobre cuestiones de estilo basadas en la necesidad de evitar expresiones redundantes, que entorpecen la expresión directa del mensaje, como ocurre en (40):

(40)

a. **persona humana**. *Persona* es todo «individuo de la especie humana» (DRAE). Por tanto, es redundancia hablar de la *persona humana*.

b. **volver a reanudar**. Esta construcción es una redundancia. En la frase «... la dirección espera que *vuelva a reanudarse* la producción, paralizada desde hace varias semanas...», debiera decir: «...que *se reanude* la producción...».

Son también frecuentes las advertencias del MEU a la tendencia del lenguaje periodístico a incorporar voces que el libro de estilo califica de «pedantes», como ocurre en los casos de (41), que reflejan una tendencia que Aurelio Arteta ha reprobado mediante la denuncia del uso de lo que ha dado en llamar palabras «archisílabas» en Arteta (1995) y (2005): voces con una «noto-

[47] El DRAE no incluye esta acepción entre los significados de *puntual*.

ria y a menudo artificial largura», que sustituyen a términos más breves y de significado más preciso[48]:

(41)

a. **intencionalidad**. Se emplea a veces como sustituto pedantesco de *intención*: «Los presentes le hicieron preguntas cargadas de *intencionalidad*».
b. **motivación**. Abusiva y pedantemente se emplea como sinónimo de *motivo, causa, razón*, que es lo que debe decirse. Evítense, pues, frases como «el alcalde explicó las *motivaciones* de la limitación del horario de carga y descarga».
c. **obligatoriedad**. Se confunde pedantemente con *obligación*: «con la *obligatoriedad* de regresar por la noche al centro penitenciario». Bien usada en: «La *obligatoriedad* no alcanza a los menores de edad».
d. **temática**. Es voz castellana, pero pedante. Muchas veces equivale simplemente a *los temas*; y otras a *temario*. En ningún caso se usará por el singular *el tema*.

Además de las consideraciones de carácter gramatical y estilístico, que aseguran la regularidad sistemática y la propiedad del texto informativo, el MEU demuestra especial interés por delimitar el uso de las palabras mediante ejemplos reales como los de (42), de usos desviados y regulares procedentes del corpus de textos periodísticos de que dispone la Agencia Efe:

(42)

a. **legendario**. [...] En el banco de datos de la Agencia Efe, entre el 2000 y el 2003, hay más de 3.000 noticias en las que aparece el adjetivo *legendario* (o *legendaria*), casi siempre referido a deportistas, cantantes y otros profesionales que poco tienen que ver con las leyendas y que son famosos desde hace una o dos décadas. En su lugar es mejor emplear otros adjetivos más ajustados a la realidad, como *importante, famoso, notorio*, etc.
b. **memorial**. [...] No es correcto, pues, y debe evitarse de inmediato su uso (para así frenar también la difusión de ese error) en textos como los siguientes, tomados del banco de datos de la Agencia Efe, y referidos a Nueva York: «Dos estanques con un fluir constante de agua y ubicados donde estuvieron las extintas Torres Gemelas, con los nombres de las víctimas en sus paredes y rodeados de una extensa arboleda, recordarán la tragedia del 11 de septiembre del 2001, según el diseño final del memorial presentado hoy»; «entidad que dirige el proceso de reconstrucción de la zona y que convocó el concurso internacional para el memorial».

También se basan en la experiencia real de regularidad del sistema y de extensión de uso de las observaciones relacionadas con la aceptabilidad de

[48] La extensión de la palabra también es motivo de reprobación para el MEU en el caso de la voz *autoposicionamiento*, que condena por ser «palabra fea y excesivamente larga».

las palabras empleadas en textos procedentes de distintos territorios. Así, entradas como las de (43) constituyen una muestra del interés por homogeneizar el lenguaje periodístico de agencia, en una propuesta de español «neutro», no marcado por el origen y, así, válido para cualquier destinatario:

(43)

a. **milicias, milicianos**. En las noticias procedentes de los Estados Unidos de América a veces se usan estos términos erróneamente: «El FBI mantiene un pulso con las *milicias* antigubernamentales que están proliferando en EEUU». En español *milicia* es «servicio o profesión militar», «tropa o gente de guerra».

b. **preveer**. Al corregir las noticias de Efe de la semana del 10 al 14 de julio de 1989, hemos detectado dos frases procedentes de Pekín y Washington respectivamente, en las que aparece un verbo que no existe en español: *preveer*.

c. **vigencia**. En algunas noticias procedentes de América, en las que se informa sobre nuevas leyes, disposiciones o decretos, aparece la construcción «entrar en vigencia», cuando lo correcto en español es «entrar en vigor».

Recuérdese, sin embargo, que, como ya hemos señalado con anterioridad en (29), el MEU reconoce la existencia en español de variantes diatópicas de ámbito exclusivamente americano o peninsular que no resulta fácil reemplazar por expresiones neutras, no marcadas dialectalmente. En estos casos se impone una solución de carácter distributivo: según sea la localización del destinatario del texto deberá optarse por unas voces u otras. Se impone así la variante del receptor.

Finalmente, en numerosas ocasiones el MEU acude al argumento de autoridad para sustentar la calificación de las palabras mediante referencias al Diccionario académico. En las 931 entradas se menciona esta obra en 586 ocasiones, lo que demuestra la voluntad de la Agencia Efe de proponer las formas consensuadas por las academias, de las que discrepa en contadas ocasiones. Véanse los casos ya comentados en (30). La segunda fuente más citada son las ediciones anteriores del MEU, cuya información se recupera, actualiza y amplía:

(44)

a. **informal**. En el Manual de Español Urgente se advierte (desde su cuarta edición, en 1985) sobre el mal uso del adjetivo informal: «Con frecuencia, este anglicismo desplaza incorrectamente a no oficial, oficioso o extraoficial».

b. **militante**. [...] En el Manual de estilo de la Agencia Efe se dice que puede aceptarse el uso metafórico del verbo *militar* para decir, por ejemplo, que un jugador *milita* en un equipo.

La cita al propio libro de estilo tiene la función de reafirmar el MEU como autoridad competente para establecer propuestas de uso fundadas, tal como hemos señalado, en la regularidad gramatical, en la extensión del uso, en la adecua-

ción del estilo y en los dictámenes de autoridad de referencia: las academias o el propio MEU, como entes reguladores de la uniformidad, por el sostén de la comunidad lingüística.

## 8. Conclusiones

El análisis de las 1.099 voces comentadas en 931 artículos del MEU con referencias a cambios léxicos presentes en la lengua periodística actual nos permite ofrecer respuestas acerca de las preguntas planteadas al inicio del trabajo. En cuanto al tipo de palabras que interesan al libro de estilo, se advierte la preocupación del MEU por señalar los usos adecuados de préstamos, voces derivadas y términos que han sufrido cambios semánticos en algunas manifestaciones del lenguaje informativo.

Los motivos por los que se incluyen estas unidades léxicas son muy variados, como puede observarse en (10) y en (12), aunque pueden agruparse en tres grandes categorías, según las tres funciones básicas del libro de estilo: censurar, acotar y sancionar el uso de las palabras.

Podemos concluir que las palabras interesan al MEU fundamentalmente por ser objeto de censura (en 848 casos) y de sanción (en 999 casos), porque son los grupos más abundantes; aunque, de hecho, podríamos decir que la sanción es el motivo fundamental: por ser el más numeroso y por ser el más distribuido entre diferentes causas de señalamiento de preferible o admisible, de especificación de significado o de advertencia de que la palabra en cuestión figura en el diccionario, como referente de autorización sancionadora de uso. Por eso concluimos que la sanción y la autorización de uso es el motivo predominante de la compilación y tratamiento de las palabras por parte del MEU.

En cuanto a las clases de palabras incluidas en el MEU, podemos decir que su acopio y consideración se debe a tres motivos de uso fundamentales: porque se usan como un desvío de lo regular, porque son objeto de abuso o porque se manifiestan en vacilaciones de uso entre hablantes de un territorio o de territorios dialectales diferentes. Por eso requieren un tratamiento sancionador del libro de estilo, que señala el uso regular, el uso general, el uso de más extensión o difusión o el uso más propio de un territorio, de un grupo o clase de hablantes o de un habla sectorial: economía, derecho, deportes, etc.

Sobre la argumentación del libro de estilo en su consideración de las palabras se puede concluir que, en general, y simplificando, el MEU aduce argumentos de analogía, de uso o difusión o de autoridad: la del DRAE o la del propio MEU. En concreto, hemos podido observar que el MEU unas veces recurre a argumentos gramaticales en casos como los de (37), *anatemizar, aperturar,*

*balazo, auto-*, etc.; otras, a razones estilísticas, en (38-40), *prioridad, provisionar, puntual, persona humana*, etc.; y en otras ocasiones, a motivos de extensión de uso y regularidad del sistema, en (42-43), *legendario, milicias, preveer*, etc.

En casos de usos alternativos, pero justificados por la difusión, el MEU propone la variante del destinatario o la forma léxica más conveniente al texto; y para imponer el principio de autoridad de referencia, para decidir la aceptabilidad de uso, se invocan las propuestas académicas o del propio MEU, tal como se pudo apreciar en (44) para *informal* y *militante*, con recurso a las citas de los córpora.

En definitiva, estos diferentes argumentos, según conviene en cada caso, sustentan las propuestas de reprobación y, sobre todo, de discernimiento y autorización. De ahí que se pueda concluir que el libro de estilo, el MEU, se refiere a las palabras que compila desde los principios de regularidad (morfológica y semántica) y de aceptabilidad o difusión como fundamento de sus propuestas, que van desde la censura hasta la autorización y la sanción.

## Bibliografía


ABC (1993): *Libro de Estilo de ABC*, Barcelona: Ariel.

Alcoba, Santiago (1999): «El léxico: condiciones de uso», en S. Alcoba (coord.), *La oralización*, Barcelona: Ariel, pp. 63-107.

Alcoba, Santiago (2002): «Para una gramática de "faltas" de la lengua oral: la sílaba y el acento», *Español Actual, 77-78*, pp. 43-56.

Alcoba, Santiago (2006): «Preposiciones perifrásticas: neologismo y rendimiento», en Vilches (coord.), *Creación neológica y nuevas tecnologías*, Madrid: Dykinson, pp. 61-109.

Alfaro, Ricardo J. (1964): *Diccionario de anglicismos*, Madrid: Gredos.

Arteta, Aurelio (1995): «La moda del archisílabo», *El País*, 21-IX-1995.

Arteta, Aurelio (2005): «Arrecian los archisílabos», *El País*, 10-VIII-2005.

Baralt, R. M.ª (1855): *Diccionario de galicismos, voces, locuciones y frases de la lengua francesa que se han introducido en el habla castellana moderna*, prólogo de J. E. Hartzenbusch; reed., Madrid: Visor, 1995.

Belda, Luis Miguel, Juan Emilio Maíllo y José M.ª Prieto (2007): *Periodismo social. El compromiso de la información*, Madrid: Servimedia.

Bello, Andrés [c. 1860]: «Correcciones lexicográficas», en Andrés Bello (1951), *Obras completas de Andrés Bello*, vol. V, *Estudios gramaticales*, Caracas: Ministerio de Educación, pp. 221-231.

Carnicer, Ramón (1972): *Nuevas reflexiones sobre el lenguaje*, Madrid: Prensa española.

Carnicer, Ramón (1983): *Desidia y otras lacras del lenguaje de hoy*, Barcelona: Planeta.

Casares, Julio (1961): *Cosas del lenguaje*, Madrid: Austral-Espasa Calpe.

Casares, Julio (1963): *Novedades en el diccionario académico*, Madrid: Aguilar.

Cuervo, R. J. (1867-1872): *Apuntaciones críticas sobre el lenguaje bogotano*, 9.ª ed. corregida, Bogotá: ICC, 1955.

DPD (2005): Real Academia Española, *Diccionario panhispánico de dudas*, Madrid: Santillana.

DRAE (2001): Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, 22.ª ed. Madrid: Espasa Calpe.

DUE (1961): María Moliner, *Diccionario de uso del español*, Madrid: Gredos.

*El Mundo* (1996): *Libro de Estilo*, coord. Víctor de la Serna, Madrid: El Mundo.

*El Nacional* (1998): *El Nacional. Manual de Estilo*, 2.ª ed., Caracas: CEC, 2004.

*El País* (2002): *Libro de estilo de «El País»*, 16.ª ed., Madrid: El País.

García Yebra, Valentín (2003): *El buen uso de las palabras*, Madrid: Gredos.

Lázaro Carreter, Fernando (1997): *El dardo en la palabra*, Barcelona: Círculo de Lectores.

Lázaro Carreter, Fernando (2003): *El nuevo dardo en la palabra*, Madrid: Aguilar.

Lorenzo, Emilio (1996): *Anglicismos hispánicos*, Madrid: Gredos.

MEU (1978): Agencia Efe, *Manual de español urgente*, 17.ª ed., Madrid: Cátedra, 2006.

Moreno de Alba, José G. (1992): *Minucias del lenguaje*, México: Fondo de Cultura Económica.

Pascual, J. A. (2003): «*Detentar*, entre la norma y el uso», en Herreras, J. C. (dir.), *Norme linguistique et société*, Valenciennes: Presses Universitaires de Valenciennes, pp. 163-186.

Real Academia Española (1999): *Nuevo Tesoro Lexicográfico de la Lengua Española*, en http://buscon.rae.es/ntlle/SrvltGUILoginNtlle.

Rosenblat, Ángel (1974): *Buenas y malas palabras en el castellano de Venezuela*, vols. I-V, Madrid: Mediterránea.

VV. AA. (1993): *Libro de Estilo de Telemadrid*, Madrid: Telemadrid.

Santiago Alcoba (coord.), Ramón Sarmiento, José Manuel Pérez Tornero *et al.*; ed. Margarita Freixas, María J. Machuca y José María Perceval, Barcelona, 2009. Publicación electrónica en http://mediamentor.org/es/publications
ISBN: 978 - 84 - 692 - 3369 - 6

# LA ADAPTACIÓN DE NEOLOGISMOS EN EL *DICCIONARIO DE LA LENGUA CASTELLANA* DE LA REAL ACADEMIA EN EL SIGLO XIX*

Gloria Clavería y Carolina Julià
*Universitat Autònoma de Barcelona*

## 1. Introducción

Cada vez que sale a la luz una nueva edición del *Diccionario de la lengua española* de la Real Academia, uno de los aspectos que mayor expectación genera en la sociedad y los medios de comunicación es la admisión de nuevas palabras. Entre los neologismos que más impacto producen en la estructura del léxico de una lengua se encuentran los préstamos léxicos por cuanto, al ser elementos creados en otros sistemas lingüísticos, pueden poseer estructuras formales distintas a las de la lengua que adopta estas palabras. En estas circunstancias, su incorporación a otro sistema lingüístico puede plantear problemas estructurales de carácter gráfico, fonológico y morfológico (Fernández Sevilla 1982, Gómez Capuz 1999, Guerrero Ramos 1995, Lázaro Carreter 1997: 581-583, Lázaro Carreter 2002).

* La investigación necesaria para el desarrollo de este trabajo ha sido financiada con una ayuda de la DGICYT para el proyecto de investigación «Portal de léxico hispánico: bibliografía, léxico y documentación» (n.º de ref. FFI2008-06324-CO2-CO1/FILO) y del *Comissionat per Universitats i Recerca de la Generalitat de Catalunya* concedido al «Grup de Lexicografia i Diacronia» (n.º de ref. SGR2005-00568). El desarrollo de la investigación también ha sido posible gracias al apoyo del *Comissionat per a Universitats i Recerca del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa de la Generalitat de Catalunya* y del *Fons Social Europeu*.

Así, en la última edición del *Diccionario* de la Real Academia Española (DRAE 2001)[1] se admitieron como nuevas incorporaciones tanto *pin* como *web*, ambos préstamos léxicos del inglés. La primera tiene unas propiedades formales que en nada se distinguen de las características de las palabras nativas (*crin, fin, ruin*), la segunda, sin embargo, mantiene en su forma el sello de palabra extranjera por cuanto la grafía <w> aparece en español únicamente en palabras que son préstamos de otras lenguas (*windsurf, whisky*) y la <b> en posición final no es propia del léxico patrimonial del español. En los préstamos del segundo tipo, puede producirse algún tipo de asimilación que aproxima la forma de la palabra a las características del español; las variaciones de los procesos de adaptación pueden afectar tanto a las propiedades gráficas como a las fonéticas, a las fonológicas y a las morfológicas. Este tipo de procesos es obligatorio en las terminaciones verbales (*craquear* del inglés *to crack*, *noquear* del inglés *to knock out*, *pudelar* del inglés *to puddle*, *trincar*, del alemán *trinken*), pero es opcional en el resto de casos, de manera que, junto a un préstamo adaptado como *bumerán*, procedente del inglés *boomerang*, aparecen en el DRAE otros préstamos sin este tipo de adaptación: *big bang*, *footing* o *boom*. El DRAE acoge, además, dobletes cuya diferencia formal estriba en la presencia o ausencia de algún tipo de adaptación: *whisky-güisqui*, *gneis-neis*, *bisté-bistec*. Conviene notar que este diccionario incluye la definición en la variante preferida[2] y no siempre se inclina por el mismo tipo de forma. Así, en algunos casos, la Academia elige la forma adaptada (*güisqui*, *chalé*), mientras que para otros opta por las formas no adaptadas (*bistec*, *club*, *gneis*, *ptolemaico*, *mnemotecnia*, *psicología*) a pesar de admitir también las formas asimiladas (*bisté*, *clube*, *neis*, *tolemaico*, *nemotecnia*, *sicología*). Muestra adicional de la variedad que caracteriza a los neologismos se halla en el material que atesora la página web de la Real Academia Española (http://www.rae.es) en la que se da buena cuenta de los trabajos lexicográficos de preparación de la vigésima tercera edición del *Diccionario* que la Corporación se encuentra desarrollando en la actualidad. Uno de los neologismos incorporados al léxico oficial que se presenta como artículo nuevo, avance de la próxima edición, es el término *bluyín*, una voz que es portadora de la marca *Am.* y que remite a la forma compleja *pantalón vaquero*. Se trata de una forma adaptada al español del compuesto inglés *blue jeans* que convive con préstamos sin adaptar como *copyright* que también se ha admitido como artículo nuevo para la nueva edición del *Diccionario*.

Los préstamos que por su estructura formal plantean problemas en el proceso de adopción son principalmente elementos léxicos que o bien se remontan a las lenguas clásicas, latín y griego, o bien proceden de lenguas modernas, espe-

[1] Un interesante juicio crítico sobre esta edición puede leerse en Gutiérrez Cuadrado (2001-2002).

[2] *Cf.* DRAE (2001), «Advertencias para el uso de este diccionario» (pp. XXXIX-XLI).

cialmente del francés y del inglés. Actualmente, además, no faltan en el léxico moderno préstamos de otras procedencias (*anorak, brut, kebab, siemens, yang*), en los que a menudo actúan como lenguas transmisoras el francés o el inglés.

A pesar de que existen algunos de estos préstamos ya en el mismo *Diccionario de Autoridades* (*rob, cherub, lilac, vivac, nord, nordest*), estos comienzan a ser más frecuentes a partir del siglo XIX y van incrementando su presencia en las páginas del *Diccionario* durante toda esta centuria y la siguiente (Álvarez de Miranda 2004) hasta llegar a la situación actual en la que la Corporación ha optado, en la vigésima segunda edición de su *Diccionario*, por marcar los vocablos que considera extranjerismos:

> Los extranjerismos cuya extensión de uso en nuestra lengua así lo recomienda se van incorporando a la nomenclatura de este Diccionario. Se registran en su forma original, con letra redonda negrita, si su escritura o pronunciación se ajustan mínimamente a los usos del español, como es el caso de **club**, **réflex** o **airbag** –pronunciados, generalmente, como se escriben–; figuran en letra cursiva, por el contrario, cuando su representación gráfica o su pronunciación son ajenas a las convenciones de nuestra lengua, como es el caso de ***rock***, ***pizza*** o ***blues*** (DRAE 2001: XXXV).

Con esta forma de proceder se diferencian por la tipografía los préstamos según su grado de adaptación, de modo que quedan marcados aquellos cuyas características formales son ostensiblemente distintas de las propiedades estructurales del español.

Es el objetivo de esta investigación el análisis del comportamiento de los préstamos incorporados y admitidos por la Real Academia Española en el siglo XIX con el fin de observar la postura que adoptó la Corporación en aquellos momentos ante las formas léxicas procedentes de otras lenguas que tenían unas características distintas a las del español. Este trabajo se concibe como parte de un proyecto más amplio de estudio de la historia moderna de las adaptaciones de los préstamos y la actitud de la Academia ante este fenómeno léxico. Para ello, se han analizado las incorporaciones que se registran en las diez ediciones del *Diccionario* que la Academia publicó durante el siglo XIX[3] y su comportamiento a través de la historia de los diccionarios académicos con el fin de determinar las directrices que se han seguido en el tratamiento de este fenómeno, un episodio integrado dentro de la historia del neologismo. El análisis se centrará fundamentalmente en el estudio de los ejemplos de dobletes formales que acogen las distintas ediciones del *Diccionario*, en su evolución y en su significado.

[3] Las diez ediciones publicadas en el siglo XIX son las siguientes: 4.ª ed. (1803), 5.ª ed. (1817), 6.ª ed. (1822), 7.ª ed. (1832), 8.ª ed. (1837), 9.ª ed. (1843), 10.ª ed. (1852), 11.ª ed. (1869), 12.ª ed. (1884) y 13.ª ed. (1899).

## 2. Procesos de adaptación y dobletes en los diccionarios de la Academia en el siglo XIX

Los procesos de adaptación a menudo producen la concurrencia de formas dobles o dobletes en los diccionarios (*gneis-neis*). Estos suelen generarse principalmente cuando la forma del préstamo no se ajusta a las características estructurales del español. Así, en el par *gneis-neis*, la forma con el grupo consonántico inicial es la más cercana a la lengua de origen, mientras que la variante con reducción del grupo inicial es equiparable a otras palabras patrimoniales propias del español (*seis, nieve*, por ejemplo). Se analizarán a continuación los principales fenómenos de adaptación a través de las variantes formales que constan en el *Diccionario* durante el siglo XIX[4].

### 2.1. Grupos cultos

Uno de los aspectos en los que puede existir variación formal se halla en aquellos latinismos o helenismos que incluyen combinaciones de consonantes denominadas tradicionalmente grupos cultos, una cuestión muy interesante en la historia del español (Lapesa 1980: epígrafe 102[1], Clavería 1991) en la que la Academia se inclinó en la mayoría de los casos por la presencia del grupo culto ya desde el siglo XVIII (*columna, digno, doctor*, etc.).

En las ediciones del *Diccionario* pertenecientes al siglo XIX, se presenta alternancia formal en los helenismos que constan de dos consonantes en posición inicial de palabra: *gneis ~ neis; gnetáceo ~ netáceo; gnómico ~ nómico; gnomo ~ nomo; gnomon ~ nomon; gnomónica ~ nomónica*. La mayor parte de las voces con grupo consonántico inicial *gn-* aparece documentada por primera vez en alguna edición del *Diccionario* del siglo XIX, salvo algunas que se remontan a los diccionarios de la centuria anterior. Del mismo modo que había ocurrido en el siglo XVIII, durante el siglo XIX, los préstamos con *gn-* en posición inicial se incorporan con la conservación del grupo: *gnómico* (12.ª ed., 1884), *gnomo* (12.ª ed., 1884), *gnetáceo* (13.ª ed., 1889)[5]. El único ejemplo que se desvía del comportamiento anterior es el término *gneis* incorporado con doble forma (*neis* y *gneis*) en la 11.ª edi-

[4] La consulta de las distintas ediciones del *Diccionario* de la Academia se ha realizado a través del *NTLLE*.

[5] *Cf. gnomon* y *gnomónica* en el *Diccionario de Autoridades*.

ción del *Diccionario* (1869)[6], una alternancia que se ha mantenido hasta la actualidad. El germen de la alternancia, pues, se encuentra ya en el siglo XIX y adquiere cierto desarrollo en las ediciones del siglo XX por cuanto algunas de estas palabras incorporan una forma adaptada secundaria (*netáceo, nómico, nomo, nomon, nomónica*)[7] en la 18.ª edición del *Diccionario* (1956).

## 2.2. Terminaciones *-io* en las unidades eléctricas

Uno de los aspectos más interesantes de la última edición del siglo XIX se halla en la incorporación en la parte del *Suplemento* de las denominaciones de las unidades de potencia eléctrica (*amperio, culombio, faradio, julio, ohmio, vatio* y *voltio*). Su admisión ha sido bien estudiada por Clavería (2001 y 2003) y Moreno Villanueva (1998). La Academia incorpora estos elementos con una pequeña adaptación homogénea para todos. La cuestión fue tratada en el discurso de recepción de D. de Cortázar el mismo año de la publicación de la 13.ª edición del *Diccionario* (1899) y la prensa se hizo eco de la solución adoptada para las unidades eléctricas de modo que en *La Ilustración Española y Americana* del 30 de abril de 1899 aparece una breve referencia en la *Crónica General* de José Fernández Bremón con el ruego a la Academia de que «determínase la formación de esas voces nuevas antes de que se difundiesen las palabras bárbaras» (Fernández Bremón 1899: 246). También fue anunciada por el académico José Echegaray (1910) en su artículo «Unidades eléctricas (Nuevo Diccionario de la Academia Española)» justo antes de la publicación de la 13.ª edición del *Diccionario*. Se trata de una forma de proceder que se pone en práctica en esta edición del *Diccionario* de la Academia a propuesta de E. Saavedra (Echegaray 1910: 103) aplicada específicamente a este tipo de voces[8] con el fin de «dar forma á las terminaciones, acomodada á la índole de nuestro idioma, y que se preste á la construcción de plurales y adjetivos» (Echegaray 1910: 103). Saavedra menciona como modelos las denominaciones de los metales que aparecen recogidas en los diccionarios académicos desde la 11.ª edición (*potasio, vanadio, aluminio, antimonio*) y la 12.ª

[6] En esta edición figuraban bajo la misma entrada las dos formas *neis* o *gneis*. A partir de la edición siguiente (1884), aparece ya una entrada para cada variante. *Gneis* contiene la información y *neis* contiene una remisión a *gneis*.

[7] Se utiliza *secundaria* en referencia a las formas que no tienen definición (solo remisión) por cuanto la Academia prefiere las formas que son portadoras de la definición de la palabra.

[8] Moreno Villanueva (1998: 718) menciona la existencia de las formas *volta* y *faradia* en el *Manual de mediciones eléctricas* de J. Galante y Villaranda, Sevilla: J. M.ª Ariza, 1880.

edición (*cadmio, calcio, selenio*) y que son abundantísimas en la 13.ª edición (*bario, cerio, cesio, circonio, erbio, estroncio, glucinio, iridio, itrio, magnesio, niobio, nonio, osmio, paladio, tantalio, telurio, titanio*).

La terminación *-io* se configura, pues, como un formante de adaptación del léxico científico, de procedencia mayoritariamente francesa, que puede aparecer en voces pertenecientes a distintas áreas de especialidad y que evita las terminaciones en -e que hubiesen resultado poco naturales en español. La secuencia *-io* forma también tecnicismos propios de la Botánica y de la Zoología: *aquenio* (13.ª ed., 1899), *cladodio* (13.ª ed., 1899), *filodio* (13.ª ed., 1899), *hesperidio* (13.ª ed., 1899), *mesocarpio* (13.ª ed., 1899); *acromio* (12.ª ed., 1884), *batracio* (1884). La misma secuencia integra tecnicismos que incluyen el formante griego *-scopio*, ya presente en algunos compuestos cultos del *Diccionario de Autoridades* (*anemoscopio, helioscopio, microscopio, telescopio*) y también en algunos tecnicismos admitidos en la segunda mitad del siglo XIX (11.ª ed., 1969: *caleidoscopio, estereoscopio*; 12.ª ed., 1884: *calidoscopio, estetocopio, higroscopio, laringoscopio, oftalmoscopio, otoscopio*; 13.ª ed., 1899: *espectroscopio, piroscopio*).

El grupo de palabras estudiadas resulta muy interesante para conocer la postura de la Academia ante el neologismo a finales de siglo XIX y principios de siglo XX. Los académicos que prepararon la 13.ª edición del *Diccionario* (1899) eran conscientes de la necesidad de incorporar términos científicos que habían adquirido una gran difusión en aquellos años y, además, se preocuparon por proponer una forma acorde con las características estructurales del español, de ahí los procesos de adaptación experimentados en estas palabras en la forma que se admiten en el *Diccionario*. En la edición siguiente, sin embargo, deben admitir las formas no adaptadas propias de la nomenclatura internacional, y así se mantiene la doble forma hasta la actualidad. Se explica, por tanto, que se admita *amper* (*Suplemento*, 14.ª ed., 1914) como 'nombre del *amperio* en la nomenclatura internacional', variante que fue sustituida por *ampère* en la 18.ª edición (1956) y, más adelante (20.ª ed. 1984), por *ampere*, con adaptación a las reglas de acentuación propias del español. Se añade asimismo la variante *coulomb* a partir del *Suplemento* de la 14.ª edición (1914) con la definición de 'nombre del culombio en la nomenclatura internacional'. Lo mismo ocurre con *farad, ohm, joule* y *volt*. El sustantivo *vatio*, con adaptación de la <w> inicial y adjunción de *-io*, figura en el *Diccionario* desde la 14.ª edición (*Suplemento*, 1914) junto a la forma *wat* como 'nombre del *vatio* en la nomenclatura internacional', que en la 19.ª edición (1970) es sustituida por *watt*, una variante aún más fiel al original.

## 2.3. Consonantes oclusivas finales de palabra

Con toda seguridad, uno de los fenómenos más recurrentes en los préstamos admitidos en los diccionarios académicos a lo largo del siglo XIX se halla en las palabras que tienen una consonante oclusiva en posición final. Este tipo de distribución silábica diverge de la estructura propia del español en la que las limitaciones de aparición de consonantes en posición de final de palabra son muy amplias, pues en esta posición solamente aparecen los fonemas /d, l, n, r, s, θ/ (*salud, sol, pan, mujer, seis, paz*).

Con los galicismos y anglicismos[9] difundidos en la sociedad española de los siglos XVIII y XIX, empiezan a aparecer vocablos con consonantes finales distintas a las anteriores. Así, *club* posee <b> en posición final de palabra desde su incorporación en la 8.ª edición del *Diccionario* (1837); *bistec* (12.ª ed., 1884), *frac* (8.ª ed., 1837) y *cok* (11.ª ed., 1869) contienen <c> (/k/) en la misma posición; y en *vermut* (13.ª ed., 1899), se encuentra <t> con idéntica distribución. Existen, además, ejemplos esporádicos de dos consonantes en posición final, una combinación ajena también al léxico español patrimonial: *vals* (9.ª ed., 1843), *cadells* (12.ª ed., 1884).

### 2.3.1. Consonante /b/ (*b*) en posición final de palabra

La voz *club*, definida como 'junta de individuos de alguna sociedad política clandestina', entra a formar parte del repertorio de lemas del *Diccionario* en el *Suplemento* de la 8.ª edición (1837). Después de más de un siglo y medio de vida, en la 20.ª edición (1984) se ha admitido la forma adaptada *clube* con una remisión directa al artículo de *club*, pero esta última ha sido la variante básica desde las primeras documentaciones (1811, CORDE).

### 2.3.2. Consonante /k/ (*c, k*) en posición final de palabra

Como *club*, *frac* es un préstamo del francés con oclusiva en posición final que se incorpora en el *Suplemento* de la 8.ª edición de *Diccionario* acadé-

[9] *Cf.*, desde distintas perspectivas, Castro (1924), Fernández García (1972), Gómez Capuz (1996, 2000), González Monllor y Troya Déniz (1997), Lapesa (1996), Lázaro (1985 [1949]), Lorenzo (1996), Martinell (1984), Medina López (1996), Montero Curiel (1992), Oliver Asín (1996), Pratt (1980).

mico (1837). Se admite una forma adaptada secundaria *fraque* en la 15.ª edición (1925).

Destaca entre los términos con <c> en posición final la variación que presenta la palabra *bistec*, un préstamo del inglés *beefteak* que se incorpora al *Diccionario* por primera vez en la 12.ª edición (1884). Se admite con la forma parcialmente adaptada *biftec*, posiblemente tomada a través del francés *bifteck* (Fernández García 1972: 49-50, Lorenzo 1996: 124; Álvarez de Miranda 2004: 1054), pues en aquella lengua se encuentra ya desde principios de siglo XIX (*DHLF*). La forma se mantiene también en la siguiente edición (14.ª ed., 1914). En la edición posterior (15.ª ed., 1925), es sustituida por la variante *bistec*, forma en la que se evita la distribución de <f> en posición final de sílaba interior, una combinación silábica extraña al español (*cf.* los préstamos *afgano, caftán, rododafne*). La variante con elisión de la consonante final, reflejo de la pronunciación propia del español, es admitida en la 20.ª edición (1984)[10].

Caso especial es *coque*. La forma *cok*, préstamo del inglés *coke*, fue incluida en la 11.ª edición del *Diccionario* (1869). A partir de la 13.ª edición (1899), se añadió la variante *coque* como forma preferida[11].

Las palabras *bambú* y *cornac* son incorporadas con doble forma. *Bambú* es un préstamo procedente de la India por conducto de los portugueses (*DECH*). La voz se incorpora por primera vez al *Diccionario* académico también en la 8.ª edición (1837, *Suplemento*) con la doble forma *bambú-bambuc*[12]; aunque ambas formas se mantienen hasta la última edición del DRAE (22.ª ed., 2001), la primera es siempre la preferida y la segunda aparece como secundaria. La alternancia *cornac-cornaca* no está determinada por un proceso de adaptación, sino por una diferente transmisión del préstamo. Ambas variantes forman parte del *Diccionario* desde la 12.ª edición (1884), *cornac* procede de la francesa o inglesa, mientras que *cornaca* se remonta al portugués (*DECH*).

### 2.3.3. Consonante /t/ (*t*) en posición final de palabra

Se ha localizado un solo ejemplo en el siglo XIX de la consonante *-t* en posición final de palabra con algún tipo de alternancia; se trata de la voz *vermut* que

[10] Existen en las ediciones del *Diccionario* manual las variantes *bisteque* y *bife* propias de algunas zonas de América. La forma *bisteque*, además, aparece en algunos textos (Unamuno (CORDE) y Pardo Bazán (*DHist.*)).

[11] Existieron también en español formas del tipo *coac* y *coak* (Álvarez de Miranda 2004: 1054, Lorenzo 1996: 159-160).

[12] El *NTILE* contiene la forma *bambue* para la 12.ª edición (1884), pero se trata de un error de lectura o interpretación por *bambuc*.

es admitida por primera vez en la 13.ª edición (1899) con el significado de 'licor aperitivo compuesto de vino blanco, ajenjo y otras substancias amargas y tónicas'[13]. En la 20.ª edición (1984) se admite la variante adaptada *vermú*, con elisión de la *-t*.

Junto a esta forma, la misma 13.ª edición (1899) admite *bidé* (francés *bidet*) sin *-t* en posición final; las terminaciones en *-et* serán más frecuentes en el siglo XX (Alvar 1993), aunque ya existen en el XIX[14] y contrastan con la forma de adaptación tradicional *-et* > *-ete* (*bufete*, *cadete*, *corchete*, etc.).

### 2.3.4. Grupos consonánticos en posición final de palabra

Pocas son las palabras que en el siglo XIX presentan dos consonantes en posición final. El *Diccionario* académico, desde las ediciones del siglo XVIII, recogía las formas dobles (con *-e* final y sin *-e* final) o variantes no asimiladas para los distintos puntos cardinales: *norte-nord*, *este-est*, *oeste-ueste-ovest* y para los compuestos integrados con dos o tres elementos de este tipo (*nordeste-nordest*, *norueste-nordovest*, *-sudeste-sudest*, *sudoeste-suduoeste-sudoste-sudouest*, *sudsudeste-sudsudest*, *sudsudoeste-sudsuduoeste sudsuduoest-sudsudouest*)[15]. A lo largo de las tres primeras ediciones del *Diccionario* del siglo XIX, se van eliminando del elenco académico las variantes no adaptadas procedentes del francés (*DECH*, s. v. este I). Ya en la segunda edición del siglo XIX del *Diccionario* (5.ª ed., 1817), desaparecen *est*, *ovest*, *nordest*, *sudsudouest*; se suprimen las restantes (*nord*, *sudouest*, *sudest*, *sudsuduoest*, *sudsudest*) en la edición siguiente (6.ª ed., 1822)[16] con lo que no quedan ya rastros de las formas no adaptadas en las ediciones siguientes.

Al margen de los casos anteriores, en la 11.ª edición (1869) del *Diccionario* se agrega la voz *yacht*, un préstamo del inglés *yacht* con el significado de 'nombre dado a las embarcaciones de recreo en Inglaterra y Holanda, donde son muy comunes' (Fernández García 1972: 262-263). La forma adaptada *yate* se documenta desde 1834 (CORDE, Lorenzo 1996: 476), aparece por vez primera en el *Diccionario* en la edición siguiente (12.ª ed., 1884) y así se ha mantenido hasta nuestros días.

[13] *Cf.* Casares (1963: 116); Fernández García (1972: 256-257) menciona las formas *vermouth*, *vermú*, *vermut*, *vermute*.

[14] *Cf.* Baralt (1855) menciona *bufet* pero no *bidé* ~ *bidet*. Los pocos ejemplos que recoge el CORDE de la palabra *bidé* en el siglo XIX tienen la forma *bidet*.

[15] *Cf.* Páramo García (2003: 162-165).

[16] Queda en esta edición *nordovest* que se suprime en la edición siguiente (7.ª ed., 1832).

Uno de los pocos vocablos con dos consonantes en posición final es *vals*, palabra que es admitida en la 9.ª edición del *Diccionario* (1843), junto al verbo *valsar*. A pesar de existir la variante *valse*, la forma *vals* fue la más frecuente desde las primeras documentaciones[17] y así se incorporó al léxico oficial.

## 3. Las grafías <k> y <qu, c> en los préstamos

Muchas de las alternancias formales que se registran en los diccionarios de la Academia publicados en el siglo XIX entrañan cuestiones estrictamente gráficas como la alternancia entre la grafía <k>, propia de la forma original y no adaptada, y las grafías <qu> o <c>, variantes con adaptación al sistema gráfico del español.

El *Diccionario* acoge algunos préstamos que contienen <k> en su grafía durante el siglo XIX, especialmente a partir de la 11.ª edición (1869): *kabila* (11.ª ed., 1869), *kaid* (11.ª ed., 1869), *cokera* (12.ª ed., 1884), *kiosko* (11.ª ed., 1869). A todos estos términos se suma, en la última edición del siglo (13.ª ed., 1899), una forma adaptada en la que se verifica un cambio de <k> por <qu> o <c>: *cabila, caid, coquera* (3.ª entrada), *quiosco*. Paralelamente, en algunas palabras admitidas con anterioridad se añade una variante con <k>; así, en *cadí* y *camulco*, presentes desde la 5.ª edición (1817) y la 8.ª edición (1837) del *Diccionario*, respectivamente, se incorporan las formas correspondientes con <k> en las 11.ª y 12.ª ediciones (1869 y 1884).

En las ediciones de 1869 y 1884 (11.ª ed. y 12.ª ed.), se agregan al *Diccionario* distintos elementos léxicos pertenecientes al sistema métrico decimal (Gutiérrez y Peset 1997, Julià 2008) formados con el elemento compositivo *kilo-* (*kiliárea, kilogramo, kilolitro, kilómetro* en la 11.ª edición; *kilográmetro* y *kilométrico* en la 12.ª edición). En la edición siguiente (13.ª ed., 1899), se admiten las variantes adaptadas con sustitución de la <k> por <qu> como formas secundarias: *quiliárea, quilómetro, quilolitro, quilogramo, quilográmetro* y *quilométrico*. Se evidencia con este ejemplo el distinto tratamiento que proporcionó la Corporación a las unidades de medida y a las unidades de potencia eléctrica. Estas últimas (*voltio, ohmio, faradio, julio*, etc.), como se ha analizado anteriormente, se incorporaron al *Diccionario* con una forma adaptada. En *kilo* y sus compuestos, en cambio, la forma con <k> prevalece por encima de las variantes con <qu>, que aparecen como secundarias.

[17] Según los datos del CORDE, *vals* se documenta por primera vez en 1818; *valse*, por su parte, aparece poco después (1825-1853). Ambos se encuentran en textos hispanoamericanos. También por los mismos años (1820-1823) se documenta la forma *wals*.

Al margen de todos los ejemplos analizados en este epígrafe, restan las alternancias registradas en la voz de origen griego *kirieleisón* que a lo largo del siglo XIX sufrió algún tipo de variación en su forma normativa. En el *Diccionario de Autoridades* aparece el vocablo en la variante *kyrieleison*, mientras que la primera edición del *Diccionario* del siglo XIX (4.ª ed. 1803) recoge la forma gráfica con <qu> *quirieleyson*. En la siguiente edición (1817) la voz vuelve a mudar de forma, pues aparecerá con <i> latina (*quirieleison*). Esta variante acaba por desaparecer en la 11.ª edición (1869) en la que reaparece la forma inicial *kirieleison* que se mantiene desde entonces[18].

## 4. Las grafías <w> y <v> en los préstamos

Tal como estudió magistralmente R. Santiago (1989), la grafía <w> es el único préstamo gráfico del español por lo que solo se encuentra en palabras que son préstamos de otras lenguas. Novedad de la 11.ª edición del *Diccionario* es que aparezca por primera vez esta grafía como una letra más del alfabeto precedida de la siguiente observación:

Con este carácter, que, por no ser necesario, no se incluye entre las letras de nuestro alfabeto, se han escrito y se escriben en castellano algunos nombres propios y otras palabras, que pronunciamos como si la v doble fuera sencilla.

Figuran a continuación las palabras *wagon, waguemaestre, wali, walon, na; wals, wándalo, weimares, sa; westfaliano, na; wisigodo, da; whist*. Todas ellas presentan remisión a una variante con <v>, excepto los gentilicios *weimarés* y *westfaliano*. No vuelve a constar la <w> como letra hasta la 15.ª edición (1925)[19].

Hay que distinguir en las palabras anteriores las que ya formaban parte del acervo léxico del español y las que se incorporaban en aquel momento. Entre el primer grupo se encuentra *waguemaestre*. *Uvaguemaestre* es voz recogida por la Corporación desde el *Diccionario de Autoridades*, un préstamo procedente del alemán *wagenmeister* con una adaptación que entraña una «reinterpretación fonética a partir de la grafía adaptada» (Santiago 1989: 49-50); esta forma se mantiene hasta la 22.ª edición (2001). Más adelante, se agre-

[18] Con acento gráfico a partir de la 12.ª ed. (1884): *kirieleisón*

[19] En las ediciones intermedias, se incorpora dentro de la letra <v> la acepción «**doble**. Letra de esta figura (W), no comprendida en el abecedario castellano por no ser necesaria en él. Suele emplearse únicamente en algunos nombres de personajes godos de nuestra historia y en voces de origen extranjero; como Wamba, wals, westfaliano, etc. Por regla general debe sonar como la v».

gan, además, las formas *vaguemaestre* (11.ª ed., 1869) y *waguemaestre* (13.ª ed., 1899); esta última desaparece en la siguiente edición. El resto de voces se añade a la nómina académica a lo largo del siglo XIX. En la 4.ª edición (1803), se incorporan *valón*, *vándalo* y *visigodo*; en la 9.ª edición (1843), se añade *vals*. En la 11.ª edición (1869), aparecen *vagón*, *valí*, *weimarés*, *westfaliano* y *whist*; las dos primeras son incorporadas con las dos formas: una, la preferida, con <v> ; la otra, secundaria, con <w>. Esta última es suprimida en la edición siguiente (12.ª ed., 1884). *Weimarés* y *westfaliano*, en cambio, constan solo con esta forma y en la edición siguiente se sustituye por la variante con <v>. La variante con <w> no reaparece en el *Diccionario* hasta la 19.ª edición (1970) en la que la forma con <w> vuelve a ser la principal. Finalmente, el doblete *whist-vist*, un vocablo que designa un juego de naipes, aparece únicamente en la 11.ª edición (1869) del *Diccionario*; en ella, la forma no adaptada *whist* es la secundaria. Se añade también en esta edición la variante *wals* que desaparece en la edición siguiente.

## 5. Conclusión

Las distintas ediciones decimonónicas del *Diccionario* de la Academia traslucen la actitud de la Corporación en torno al problema de la admisión de los préstamos con unas propiedades estructurales distintas a las del sistema del español y su evolución a lo largo de la centuria.

En la primera mitad del siglo XIX, el *Diccionario* de la Academia empieza a aceptar de forma muy esporádica algunos préstamos divergentes de las propiedades estructurales del español y que habían generalizado su uso en mayor o menor medida durante aquellos años (*bambú-bambuc*, *club*, *frac*, *vals*). En la segunda mitad del siglo, coincidiendo con los cambios que se producen tanto en la técnica lexicográfica como en los criterios de admisión de léxico nuevo (Clavería 2001 y 2003, Garriga Escribano 2001), se amplía el número de voces con estas características (*bistec*, *cok*, *cognac-cognaca*, *vermut*, *yacht*, *kabila*, *kaid*, *cokera*, *kiosko*, *kilo(-)* y los ejemplos con <w> y con el grupo inicial <gn>). Ante esta novedad, la 11.ª edición (1869) parece favorecer la forma menos adaptada y más fiel a la palabra original. La variante con la que son admitidas las palabras y el tratamiento de la <w> así lo indican. En la última edición del *Diccionario* del siglo XIX (13.ª ed., 1899), se observan los orígenes de una forma de proceder que se desarrollará con mayor o menor fortuna a lo largo de la centuria siguiente y que consiste en admitir e incluso favorecer la forma adaptada para algunos préstamos con lo que se genera un mayor número de dobletes. Así, surgen las grafías con <c> o <qu> para <k>, las formas asimi-

ladas como *yate* o *coque*, y, en última instancia, se llegan a proponer las formas adaptadas para las unidades de potencia eléctrica. Esta actitud obedece a que, en las postrimerías del siglo XIX, la Corporación intenta aplicar unos criterios de admisión bastante bien definidos, directrices expresamente citadas en el prólogo de la última edición del siglo (13.ª, 1899): *la autoridad, la sanción del uso general bien dirigido, la buena formación de las palabras y su sujeción á las leyes por las que se rige nuestro idioma* (*Advertencia* de la 13.ª ed.). Todos ellos presiden la labor académica durante los últimos años del siglo XIX y permiten entender su actitud frente al neologismo y su asimilación.

## Bibliografía


Alvar Ezquerra, Manuel (1993): «*Carné, carnet, carnés, carnets* y similares», *Español Actual*, 59, pp. 61-62.

Álvarez de Miranda, Pedro (2004): «El léxico español, desde el siglo XVIII hasta hoy», en R. Cano (coord.): *Historia de la lengua española*, Barcelona: Ariel, pp. 1037-1064.

Baralt, Rafael M.ª (1855): *Diccionario de galicismos*, prólogo de J. E. Hartzenbusch, (puesto al día, con una introducción, cinco apéndices y más de seiscientas notas y adiciones, por N. Alcalá Zamora y Torres), Buenos Aires: Editorial Hemisferio, 1945.

Casares, Julio (1963): *Novedades en el Diccionario Académico*, Madrid: Aguilar.

Castro, Américo (1924): Lengua, enseñanza y literatura (esbozos), Madrid: Victoriano Suárez.

Clavería Nadal, Gloria (1991): *El latinismo en español*, Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.

Clavería Nadal, Gloria (2001): «El léxico especializado en la lexicografía de finales del siglo XIX: la decimotercera edición (1899) del *Diccionario de la lengua castellana* de la Academia», en J. Brumme (ed.): *Actas del II Coloquio Internacional. La historia de los lenguajes iberorrománicos de especialidad: la divulgación de la ciencia, 27-29 de mayo de 1999*, Barcelona-Frankfurt-Madrid: IULA-Vervuert-Iberoamericana, pp. 207-222.

Clavería Nadal, Gloria (2003): «La Real Academia Española a finales del siglo XIX: el Diccionario de la lengua Castellana de 1899 (13.ª edición)», *Boletín de la Real Academia Española*, LXXXIII: 288, pp. 255-336.

Corbella Díaz, Dolores (1994): «La incorporación de galicismos en los diccionarios académicos», *Revista de Filología de la Universidad de la Laguna*, 13, pp. 61-68.

Cortázar, Daniel de (1899): *Discursos leídos ante la Real Academia Española en la recepción pública del Excmo. Sr. D. Daniel de Cortázar el día 23 de abril de 1899*, Madrid: Est. Tip. de la Viuda é Hijos de Tello; también en *Discursos leídos en las recepciones públicas de la Real Academia Española*, Serie segunda, tomo V, Madrid: Gráficas Ultra, 1948, pp. 7-47.

Cortázar, Diego de (1915): «El purismo», *Boletín de la Real Academia Española*, II, pp. 353-358.

*DECH*: Corominas, Joan y José A. Pascual (1980-1991): *Diccionario Crítico Etimológico Castellano e Hispánico*, Madrid: Gredos.

*DHLF*: Rey, A. Alain (1992): *Dictionnaire historique de la langue française*, Paris: Dictionnaires Le Robert.

Echegaray, José (1910): *Vulgarización científica*, Madrid: Rafael Gutiérrez Jiménez.

Fernández Bremón, José (1899): «Crónica general», *La Ilustración Española y Americana*, 30 de abril de 1899, año XLIII, n.° XVI, p. XLIII.

Fernández García, Antonio (1972): *Anglicismos en el español (1891-1936)*, Oviedo: Gráficas Lux.

Fernández Sevilla, Julio (1982): *Neología y neologismo en español contemporáneo*, Granada: Universidad de Granada-Curso de Estudios Hispánicos-Editorial Don Quijote.

García Yerba, Valentín (1999): *Diccionario de galicismos*, Madrid: Gredos.

Garriga Escribano, Cecilio (2001): «Sobre el *Diccionario académico*: la 12.ª ed. (1884)», en A. M.ª Medina Guerra (coord.): *Estudios de lexicografía diacrónica del español*, Málaga: Universidad, pp. 263-315.

Gómez Capuz, Juan (1996): «Tendencias en el estudio de las diversas etapas de la influencia angloamericana en español moderno (con especial atención al nivel léxico)», en A. Alonso González *et al.* (eds.): *Actas del III Congreso Internacional de Historia de la Lengua Española*, Madrid: Arco / Libros, II, pp. 1289-1307.

Gómez Capuz, Juan (1999): *El préstamo lingüístico. Conceptos, problemas y métodos*, Valencia: Universidad de Valencia.

Gómez Capuz, Juan (2000): *Anglicismos léxicos en el español coloquial*, Cádiz: Universidad de Cádiz.

González Monllor, Rosa M.ª y Magnolia Troya Déniz (1997): «Tratamiento de los nuevos anglicismos en el diccionario académico», en J. Dorta y M. Almeida (coords.): *Contribuciones al estudio de la lingüística hispánica: Homenaje al profesor Ramón Trujillo*, II, Barcelona: Montesinos, pp. 145-154.

Guerrero Ramos, Gloria (1995): *Neologismos en el español actual*, Madrid: Arco / Libros.

Gutiérrez Cuadrado, Juan (2001-2002): «El nuevo rumbo de la vigésima segunda edición (2001) del Diccionario de la lengua española de la Real Academia», *Revista de Lexicografía*, VIII, pp. 297-319.

Gutiérrez Cuadrado, Juan y José L. Peset (1997): *Metro y Kilo: El sistema métrico decimal en España*, Madrid: Akal Editor

Julià Luna, Carolina (2008): «El léxico de la metrología en la lexicografía académica de los siglos XVIII y XIX: las unidades de capacidad tradicionales», en D. Azorín Fernández (dir.): *El diccionario como puente entre las lenguas y culturas del mundo. Actas del II Congreso Internacional de Lexicografía Hispánica Alicante (19 a 23 de septiembre de 2006)*, Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, pp. 706-714, disponible en CD-ROM y en formato electrónico <http://www.cervantesvirtual.com/Ficha Obra.html?Ref=30799>.

Lapesa, Rafael (1996): *El español moderno y contemporáneo. Estudios lingüísticos*, Barcelona: Crítica.

Lázaro Carreter, Fernando (1985 [1949]): *Las ideas lingüísticas en España durante el siglo XVIII*, Barcelona: Editorial Crítica.

Lázaro Carreter, Fernando (1997): *El dardo en la palabra*, Barcelona: Galaxia Gutenberg-Círculo de lectores.

Lázaro Carreter, Fernando (2002): «El neologismo en el diccionario (Primera parte)», discurso leído en la Real Academia Española el 15 de febrero de 2002, en http://www.unidadenladiversidad.com/historico/opinion/opinion_ant/2002/marzo_2002/opinion_060302.htm.

Lázaro Carreter, Fernando (2002): «El neologismo en el diccionario (Segunda parte)», en http://www.unidadenladiversidad.com/historico/opinion/opinion_ant/2002/marzo_2002/opinion_130302.htm.

Lorenzo, Emilio (1996): *Anglicismos hispánicos*, Madrid: Gredos.

Martinell, Emma (1984): «Posturas adoptadas ante los galicismos introducidos en el castellano en el siglo XVIII», *Revista de Filología de la Universidad de La Laguna*, 3, pp. 101-128.

Medina López, Javier (1996): *El anglicismo en el español actual*, Madrid: Arco / Libros.

Montero Curiel, Pilar (1992): «El galicismo en español», en M. Ariza *et al.* (eds.): *Actas del II Congreso Internacional de Historia de la lengua española*, I, Madrid: Pabellón de España, pp. 1217-1228.

Moreno Villanueva, José A. (1998): «Algunas notas sobre la formación del léxico de la electricidad a partir de los textos de la segunda mitad del s. XVIII», en C. García Turza *et al.* (eds.): *Actas IV Congreso Internacional de Historia de la Lengua Española*, II, Logroño: Universidad de La Rioja, pp. 541-552.

*NTLLE*: Real Academia Española (2000): *Nuevo Tesoro Lexicográfico de la Lengua Española*, Madrid: Espasa, edición en DVD; también en http://www.rae.es/.

Oliver Asín, Jaime (1996): «Episodios de la historia de la lengua española del siglo XIX», en D. Oliver (ed.): *Conferencias y apuntes inéditos*, Madrid: Agencia española de cooperación internacional, pp. 41-69.

Páramo García, Félix (2003): *Anglicismos léxicos en traducciones inglés-español (1750-1800)*, León: Universidad de León.

Pratt, Chris (1980): *El anglicismo en español peninsular*, Madrid: Gredos.

Real Academia Española (2001): *Diccionario de la lengua española*, vigésima segunda edición, Madrid: Espasa Calpe; también en http://www.rae.es/.

Real Academia Española: Banco de datos (CORDE). *Corpus diacrónico del español*, en http://www.rae.es/.

Saavedra, Eduardo (1899): «Contestación del Excmo. Sr. D. Eduardo Saavedra», en *Discursos leídos ante la Real Academia Española en la recepción pública del Excmo. Sr. D. Daniel de Cortázar el día 23 de abril de 1899*, Madrid: Est. Tip. de la Viuda é Hijos de Tello, 1899; también en *Discursos leídos en las recepciones públicas de la Real Academia Española*, Serie segunda, Madrid: Gráficas Ultra, 1948, tomo V, pp. 49-64.

Santiago, Ramón (1989): «Hacia la reconstrucción histórica de un problema de adaptación gráfica y fonética: la normativa sobre la W», *Boletín de la Real Academia Española*, LXIX, pp. 41-63.

Santiago Alcoba (coord.), Ramón Sarmiento, José Manuel Pérez Tornero *et al.*; ed. Margarita Freixas, María J. Machuca y José María Perceval, Barcelona, 2009. Publicación electrónica en http://mediamentor.org/es/publications
ISBN: 978 - 84 - 692 - 3369 - 6

# LOCUCIÓN Y PROSODIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ORAL

María J. Machuca
*Universitat Autònoma de Barcelona*

En este artículo se pretenden analizar los rasgos prosódicos que utilizan los locutores de radio y de televisión, tanto en la oralización de un texto escrito como en las manifestaciones orales de la lengua. En el primer caso, el locutor debe guiarse por los signos de puntuación que ha utilizado el redactor, en este sentido es muy importante la correcta utilización de estos signos (véase en este manual el capítulo acerca de la «Puntuación» de Antonio Ríos). En el segundo caso, se trata del uso de los rasgos prosódicos que puede hacer cualquier hablante de la lengua española en cualquier intervención oral, sea locutor profesional o no, pero el locutor profesional debe conocerlo aún mejor para saber qué estrategias debe utilizar con unos objetivos concretos. Por ejemplo, si un locutor de informativos desea enfatizar parte de la información, debe saber qué estrategias prosódicas le ofrece la lengua y de todas ellas cuáles son las más correctas. Siguiendo con este mismo ejemplo, el locutor sabe que algunos de los recursos para realizar énfasis en lengua oral son, entre otros, incrementar el volumen de voz y el tono, insertar una pausa antes del elemento enfatizado o adelantar el acento a la primera sílaba del término que se quiere realzar; pero de todos estos recursos, el más correcto desde el punto de vista normativo es el primero, ya que la inserción de las pausas puede separar elementos que no se pueden truncar en español, como las formas compuestas de un verbo; y la acentuación en la primera sílaba provoca la aparición de un acento secundario, que no es propio de nuestra lengua.

El objetivo de este artículo es doble, debe servir, por una parte, para que los locutores de radio y de televisión tomen conciencia de lo importante que es un correcto uso de los rasgos prosódicos, y por otra, para que las editoriales se den cuenta de la falta de un libro de estilo de lengua oral en la que se analicen los verdaderos aspectos que importan en las manifestaciones orales de la lengua. La mayoría de los libros de estilo publicados hasta el momento para los medios de comunicación oral (radio, televisión o Internet) tratan los mismos aspectos que los manuales publicados para los medios de comunicación escrita.

En el primer apartado de este artículo se definen los rasgos prosódicos, en el segundo se lleva a cabo una revisión sobre cómo se trata la prosodia en los diferentes libros de estilo de lengua oral, en el tercero se ponen de manifiesto los errores prosódicos más frecuentes en la lengua oral de los medios de comunicación, y en el último apartado se reflexiona sobre los aspectos comentados en el artículo.

## 1. Los rasgos prosódicos

Los rasgos prosódicos que se pueden utilizar en cualquier elocución son siempre los mismos independientemente de las características del acto comunicativo: el contexto, el tipo de género oral (entrevista, debate, descripción, narración, etc.) o el estilo de habla (formal o espontáneo) de la intervención oral, pero la manera en que se usan estos rasgos prosódicos depende de la intención que tenga el hablante en cada situación comunicativa.

Los elementos prosódicos, también denominados segmentales, suelen definirse como aquellos rasgos que se superponen a la articulación de manera que el oyente pueda interpretar significados diferentes, tanto desde un punto de vista pragmático como semántico. La entonación, el acento, las pausas, la velocidad de elocución y el ritmo constituyen los rasgos prosódicos que el hablante del español puede apreciar desde el punto de vista perceptivo. Para que los oyentes perciban estos cambios prosódicos es necesario que el hablante haya modulado su voz con diferentes variaciones de tono, de volumen de voz o de duración. El tono está relacionado con la frecuencia de vibración de cuerdas vocales situadas en la laringe, cuanto mayor sea la frecuencia de vibración, el tono será más agudo; por esta razón, el tono de la voz femenina es más agudo que el de la voz masculina. El volumen de voz se corresponde con la mayor o menor fuerza con la que se expulsa el aire al exterior, cuanto mayor sea el volumen de voz que se utiliza en la producción de un determinado sonido, mayor será la intensidad con la que se percibe dicho sonido.

Por último, la duración está relacionada con el tiempo que ha empleado el hablante en articular un determinado sonido.

Todos los rasgos prosódicos están relacionados con algunas de las características articulatorias mencionadas o con todas al mismo tiempo. La entonación, por ejemplo, es la sensación perceptiva que provocan las variaciones de tono, duración e intensidad en una determinada oración, mientras que el acento se puede definir como la sensación perceptiva de prominencia que provocan las variaciones de tono, duración e intensidad en el ámbito de la sílaba. Tanto en la entonación como en el acento se combinan los mismos parámetros articulatorios, pero actúan sobre segmentos diferentes.

En ambos casos, el oyente percibe diferencias de significado. Si la oración «el libro está encima de la mesa» la entonamos de diferentes maneras podemos enunciar (*el libro está encima de la mesa*), preguntar (*¿el libro está encima de la mesa?*) o incluso transmitir sorpresa (*¡el libro está encima de la mesa!*) y si la melodía en cada caso es correcta nuestro interlocutor aprecia esas diferencias en el significado. Del mismo modo, si las variaciones de tono, intensidad y duración recaen sobre la sílaba *es* en la palabra *está*, el oyente ya no percibiría la tercera persona del presente del verbo *estar*, sino que apreciaría el determinante *esta*.

El objetivo de este artículo no es una descripción detallada de los rasgos prosódicos, por tanto, no hacemos referencia aquí a los patrones melódicos que presentan las diferentes modalidades oracionales del español. En los capítulos 4 y 5 de Alcoba *et al.* (2000) se puede encontrar información detallada sobre este tema, con ejemplos extraídos de la lengua oral de los medios de comunicación.

Otro de los rasgos prosódicos que se considera importante en la lengua oral de los medios de comunicación es la pausa. En una intervención oral, las interrupciones o detenciones que hacemos cuando hablamos o cuando leemos en voz alta reciben el nombre de pausas (Quilis, 1993: 416). Suele hacerse referencia a lo que se denominan pausas vacías o «silencios» y pausas llenas, «vacilaciones o titubeos». Las pausas vacías suelen aparecer en la lectura de un texto y coinciden con algún signo de puntuación fuerte (punto o punto y coma), que el hablante aprovecha para respirar. Las pausas llenas suelen aparecer en habla espontánea y se realizan como vocalizaciones del tipo *ehhhhh, ahhhhhh, mmmmm*, que le sirven al hablante para planificar mentalmente el discurso o para indicar que aún no ha acabado su intervención y que desea mantener el turno de palabra. La inserción de silencios puede dar lugar a contenidos semánticos diferentes, por ejemplo, la frase *no vengas mañana no es buen día* puede interpretarse como «no vengas (pausa) mañana no es buen día» o «no vengas mañana (pausa) no es buen día». En el caso de que el discurso

haya sido preparado para ser oralizado es conveniente introducir pausas llenas para darle mayor espontaneidad y credibilidad al discurso. Las pausas vacías también se utilizan en el discurso espontáneo, sobre todo antes de una información importante, es una forma de prevenir al oyente de que esté atento a lo que va a oír. Sin embargo, la inserción de demasiadas pausas en un discurso oral puede producir un efecto contrario haciendo que los oyentes perciban una sensación de inseguridad.

Por último, la velocidad de elocución y el ritmo son dos rasgos prosódicos que están relacionados. La velocidad de elocución o *tempo* se asocia al tiempo que tarda el hablante en articular un enunciado concreto. Normalmente, se define como el número de sonidos que se realiza en una unidad de tiempo determinada, aunque a veces se emplea el número de sílabas. La velocidad de elocución varía en función del número de pausas que introduce el hablante en un acto comunicativo, por esta razón, se ha distinguido entre velocidad de articulación y velocidad de elocución; la diferencia entre los dos términos es que en el primer caso no se tienen en cuenta las pausas, mientras que en el segundo, sí. La rapidez en la elocución depende de las lenguas, y en este sentido hablamos de ritmo, pero también del individuo en particular, que tiene una velocidad concreta como un hábito articulatorio y que puede variar según la situación de habla. Las alteraciones en la velocidad de habla, aunque no comportan diferencias en el contenido semántico, transmiten a los oyentes estados de ánimos diferentes (significados pragmáticos), como el nerviosismo o la ira, que se reflejan a través de un incremento en la tasa de habla, por el contrario, el aburrimiento o el desinterés por algo está relacionado con una lentitud en la velocidad de elocución.

El ritmo puede definirse como la sensación perceptiva que provoca la repetición regular de un fenómeno fonético determinado (picos de F0, isocronía silábica, isocronía acentual, pausas, etc.) en el ámbito de un enunciado completo. Lo más importante para que los oyentes puedan percibir estructuras rítmicas asociadas a lenguas diferentes es la sucesión periódica de un patrón en intervalos regulares de tiempo. Según Navarro Tomás (1956), el hablante de lengua castellana tiende a construir unidades entre cinco y diez sílabas, y las más frecuentes son las de siete u ocho. En este sentido, el francés tiene unidades más breves, y el italiano se parece más al español.

La correcta utilización de los rasgos prosódicos definidos es fundamental para que los oyentes interpreten el mensaje adecuadamente, teniendo en cuenta tanto la competencia comunicativa, como la competencia pragmática de la lengua.

## 1.1. Información de los rasgos prosódicos en los libros de estilo de la lengua oral

Los manuales de estilo de la lengua oral que se han manejado para esta revisión son los siguientes[1]:

*Guía de Estilo de Onda Cero Radio* (1996).
*Manual de Estilo de RNE* (1980).
*Libro de Estilo de Telemadrid* (1993).
*Manual de Estilo de TVE* (1993).
*Libro de Estilo de Canal Sur Televisión / Canal 2* Andalucía (2004).

## 1.2. La entonación

En general, la entonación es un aspecto poco tratado en los libros de estilo mencionados. El manual de estilo en que se trata de una forma más extensa es en el *Libro de estilo de Telemadrid*. En el apartado 3.7 bajo el epígrafe de *Entonación* se tratan los vicios más frecuentes de la entonación, el dejo, el tonillo, el desentono, la monotonía y la afectación. En la página siguiente, escondido dentro del apartado de armonía, se indica de una forma muy breve cómo debe ser la melodía del tono afirmativo, interrogativo, imperativo y exclamativo.

En los otros libros de estilo no hay un apartado propio para la entonación, se hace alguna referencia indirecta cuando se trata algún tema que tenga alguna relación, por ejemplo, la *Guía de Estilo de Onda Cero* entre los consejos que da para leer y hablar ante el micrófono recomienda que debe evitarse la lectura monocorde y repetitiva. La entonación debe servir para mantener la atención del oyente. Sin embargo, no aparece ninguna indicación sobre qué debe hacer el locutor para conseguir este propósito. En el *Manual de Estilo de TVE* hay una apartado sobre interrogación y admiración (p. 33), pero no aparece ningún comentario sobre la entonación de este tipo de oraciones, solo se remite a indicarnos la colocación de los signos de interrogación y de admiración. Por último, en el *Libro de Estilo de Canal Sur Televisión / Canal 2 Andalucía*, dentro del apartado de pronunciación, en un párrafo de cinco líneas se sugiere que la monotonía, la falta de cadencia, los sonsonetes y las dislocaciones acentuales provocan confusión en el telespectador, ya que no se adecuan al discurso periodístico.

[1] La referencia completa de cada uno de estos manuales aparece en el apartado de bibliografía.

## 1.3. El acento

El tratamiento del acento es diverso, algunos libros de estilo tratan sobre los usos ortográficos del acento y recuerdan las reglas ortográficas, otros nos ofrecen un listado de las palabras que admiten doble acentuación y cuál es la preferencia de la Academia en cada caso. Sin embargo, solo dos de ellos hacen referencia al mal uso del acento en la lengua oral.

El *Libro de estilo de Telemadrid* trata de los desplazamientos acentuales como un vicio que se suele dar en los medios de comunicación y menciona tres palabras *ahora, aún* y *ahí*. Las diferentes acentuaciones de estas palabras pueden dar lugar a un cambio de significado como es el caso de *aún* y *aun*, el primero con el significado de *todavía* y el segundo con el de *hasta, incluso* (p. 120). También, se incluye una lista de palabras que con frecuencia se acentúan mal.

Por su parte, el *Libro de Estilo de Canal Sur Televisión* critica el uso de desplazamientos acentuales para enfatizar, como puede ocurrir en la palabra *éntrenador*. Se aconseja en este mismo manual que si se quiere enfatizar utilicemos la palabra que más se ajuste a nuestra intención y hagamos lo posible por entonarla correctamente.

## 1.4. Las pausas

Si en los otros rasgos prosódicos apenas hemos encontrado información sobre la correcta utilización de estos aspectos en la lengua oral, el uso de la pausa, cuando aparece, queda relegado en este tipo de manuales a la relación entre pausas y signos de puntuación. Así, en el apartado de puntuación del *Manual de Estilo de RNE* se trata de la emisión de pausas cortas o largas en función de los signos de puntuación que aparezcan en un texto (pp. 39-40). De forma similar, en el *Manual de Estilo de TVE* bajo el epígrafe de PUNTO se indica que *el punto exige hacer en la lectura una pausa mayor que después de la coma o del punto y coma, aunque de duración variable, de acuerdo con el sentido del texto* (p. 48).

En los otros manuales no hay ninguna referencia a la pausa, aunque a veces se alude a ella sin mencionarla a través de los ejemplos, como en el caso que aparece dentro del epígrafe de construcción lógica en la página 179 del *Libro de Estilo de Canal Sur*. Allí se indica que como norma general se respeta el orden *sujeto+verbo+complemento directo+complemento indirecto+complementos circunstanciales, sin embargo, y por motivos de inte-*

*rés periodístico, en algunas ocasiones es conveniente emplear un orden diferente*. En estos casos, la obligada puntuación ortográfica hay que trasladarla a la entonación del texto, aunque no dice cómo, se supone por los ejemplos a) y b) que debe ser mediante la introducción de las pausas o el cambio de inflexión tonal.

(a) *Michael Jackson se entregó a la policía ayer a las cuatro de la tarde.*
(b) *Ayer, a las cuatro de la tarde, Michael Jackson se entregó a la policía.*

### 1.5. La velocidad de elocución y el ritmo

Por último, la información sobre otros aspectos prosódicos como la velocidad de elocución o el ritmo es totalmente nula en este tipo de manuales, ni siquiera para comentar que el incremento de estos parámetros puede afectar a la pronunciación de los sonidos que se están articulando y, por tanto, puede dificultar la percepción del mensaje. Tampoco se mencionan otros elementos relacionados con la modulación de la voz, como el volumen de voz, parámetro muy importante cuando se considera el énfasis en los medios de comunicación.

## 2. Errores prosódicos en la lengua oral de los medios de comunicación

En este apartado seguiremos para el tratamiento de los errores prosódicos más frecuentes el mismo orden que en el apartado anterior. En general, los ejemplos han sido extraídos de los presentadores de noticias o de los corresponsales de los informativos de radio o de televisión.

### 2.1. La entonación

Los errores más frecuentes que aparecen en entonación se deben a la ausencia de inflexiones tonales cuando se ha cambiado de tema.

Este tipo de errores suele aparecer cuando el locutor ya ha empezado una noticia y quiere introducir un inciso para saludar a los oyentes o para dar paso a un corresponsal, en el caso de los informativos. En el ejemplo 1 podemos observar que la locutora debería haber realizado un cambio tonal al menos antes y después del fragmento que está en cursiva, sin embargo, en lugar de eso ha realizado una entonación totalmente plana.

(1)...la violencia no va a cambiarla, *¿qué tal?, muy buenas tardes de nuevo*, el gobierno es contundente... (*Cadena Ser*)

En los ejemplos 2 y 3 también se da una falta de cambio tonal cuando la locutora de TV1 da paso a su compañero. El fragmento que aparece en cursiva debería presentar una entonación (línea azul) totalmente diferente al segmento anterior, pero como se puede observar en la figura 1 no hay ninguna diferencia tonal entre *Buenas tardes* (antes de la línea vertical negra) y *el presidente del gobierno* (después de la línea negra): la curva no presenta una diferencia de entonación entre los dos fragmentos.

(2) Entre las noticias destacadas del día está también el intento de relanzar el proceso de paz en Oriente Medio, *César, buenas tardes* (*TVE1*).
(3) *Buenas tardes. El presidente* del gobierno asegura que si gana las elecciones... (*RNE*).

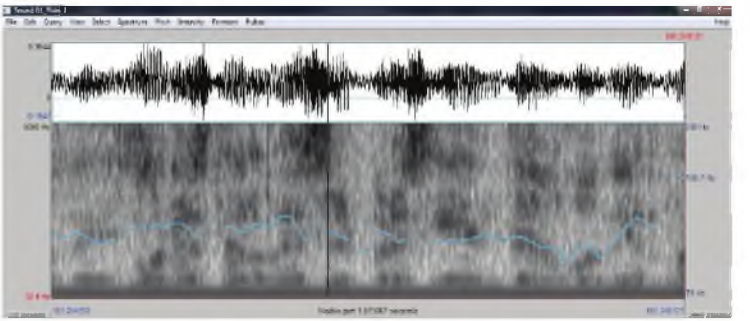


Figura 1. Espectrograma, oscilograma y curva melódica del fragmento *Buenas tardes. El presidente del gobierno* del ejemplo 3.

## 2.2. El acento

Los errores más frecuentes en el uso del acento están relacionados con la dislocación del acento. El locutor acentúa la sílaba inicial en palabras agudas y llanas cuando estas tienen más de dos sílabas con el objetivo de enfatizar esa palabra y llamar la atención del oyente. En los ejemplos 4 y 5 las palabras *mortalidad* y *carbonizada* poseen dos acentos, el primario en la sílaba inicial y el secundario en la sílaba que le corresponde.

(4) Se ha registrado un descenso histórico de la *mórtalidad* en las carreteras españolas (*TVE 1*).
(5) Una anciana pereció este fin de semana *cárbonizada* (*TVE 1*).

En la figura 2 podemos observar las dos sílabas acentuadas de la palabra *carbonizada*, como lo muestran las dos subidas de la línea azul (frecuencia de la fundamental, $F_0$) y las dos zonas en las que se aprecia los dos picos en la línea verde (volumen de voz) correspondientes a las sílabas *car* y *za*. Estos dos parámetros acústicos, la $F_0$ y el volumen de voz, están relacionados con la percepción del acento en español.

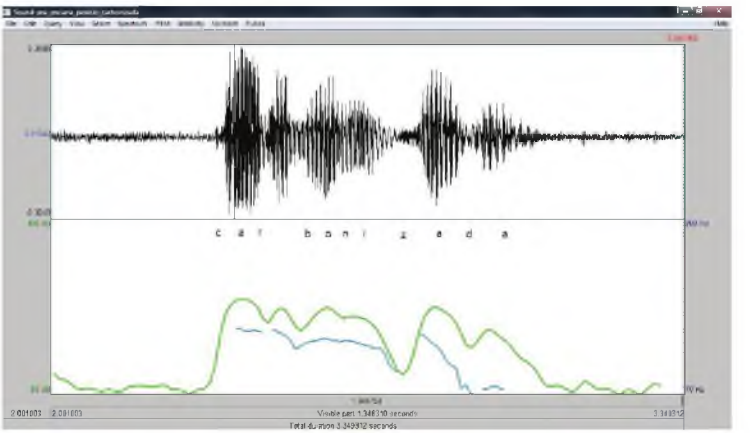



Figura 2. Curva melódica (línea azul) y curva de intensidad (línea verde) de la palabra *carbonizada* de la secuencia *Este fin de semana una anciana pereció carbonizada*.

Otros errores relacionados con el acento se deben a la inserción de una pausa mal colocada que obliga a separar categorías no separables desde el punto de vista normativo, como es el caso de 6 y 7. En estos ejemplos aparece una pausa entre el determinante y el nombre al que acompaña; la inserción de esta pausa hace que el elemento que le precede si es átono se convierta en tónico, como ocurre en *su* y *un*.

(6) Las últimas declaraciones realizadas por José Manuel Ribas, el teniente, a *su* / defensa tampoco han tenido desperdicio (*Antena 3*).
(7) que israelíes y palestinos alcancen *un* / acuerdo de paz definitivo (*TVE 1*).

Por último, existen palabras en la lengua que tienden a acentuarse de forma incorrecta. En el capítulo 4 de Alcoba *et al.* (2000) se recogen algunas de ellas, se trata de términos como **nóbel, *álfil, *ávaro, *líbido, *intérvalos, *périto* que deberían realizarse como *nobel, alfil, avaro, libido, intervalos, perito,* según podemos encontrar en el *Diccionario panhispánico de dudas*.

También existen palabras en la lengua cuya acentuación es diferente en el singular y en el plural, y esto provoca acentuaciones incorrectas, es el caso de *régimen* y *regímenes*. En el ejemplo 8 se puede observar una acentuación errónea sobre la sílaba *gi* por influencia del plural, mientras que en el 9 la acentuación del plural aparece sobre la sílaba *re* por influencia del singular.

(8) El *regímen* de pensiones ha subido en lo que va de año (*TVE 1*).
(9) Se nota que ha hecho muchos *régimenes* en su vida (*Telecinco*).

## 2.3. Las pausas

En este capítulo ya se ha mencionado que existen diferentes tipos de pausas: las pausas llenas o sonoras y las pausas vacías o silenciosas.

Las pausas llenas no tienen cabida en la lectura de un texto. En los informativos, los presentadores van leyendo las noticias del teleapuntador, sin embargo, en algunas ocasiones, aunque se trate de un texto preparado para la oralización, los locutores insertan un alargamiento que puede considerarse una pausa sonora y en ningún caso se debe a las funciones que se han explicado en el apartado 2. En el ejemplo 10 se puede observar este fenómeno.

(10) Hoooy el Presidente del Gobierno ha celebrado en Madrid... (*Cadena Ser*).

No obstante, las pausas que aparecen con mayor frecuencia son las denominadas pausas sordas o silenciosas.

Los locutores utilizan este tipo de pausa con diferentes fines:

a) Para marcar un inciso, que generalmente se corresponde con un elemento que va entre comas, una oración explicativa, una aposición, enumeraciones, etc. Los ejemplos 11, 12 y 13 sirven para ilustrar este tipo de pausas. El símbolo «/» indica la posición de la pausa. Aunque no todos los signos de puntuación se relacionan con pausas, la mayoría de estos silencios suelen realizarse de forma correcta.

(11) Se creará un millón y medio de viviendas de protección oficial / seiscientas mil de ellas serán de alquiler. (RNE)

(12) El comandante en jefe de la fuerza internacional, el general español Juan Ortuño, apareció inmediatamente en televisión pidiendo disculpas por este desgraciado incidente. (TVE1)
(13) Fuentes heladas, / coches llenos de escarcha, / ríos con el agua congelada / es la imagen de un invierno que ya está aquí, siete días antes de su entrada oficial en el calendario. (TVE1)

b) Por necesidades fisiológicas, el locutor aprovecha la pausa para respirar. Este tipo de pausas debe colocarse en los lugares apropiados para no cortar la unidad informativa que se está elaborando.

Las pausas fisiológicas son las que producen más errores, ya que si el locutor no ha preparado antes la lectura del texto introduce la pausa sin tener en cuenta la estructura sintáctica de la frase. Es lo que sucede en ejemplos como los de 14 y 15.

(14) donde se preveía la construcción de casi 1500 viviendas nuevas como mínimo, es decir, triplicando así / el censo de la población. (Cadena Ser)
(15) A estas horas el Ministro de Defensa almuerza con los soldados que integran el contingente de tropas españolas / desplegadas en el Líbano. (TVE)

c) Para enfatizar. Suele realizarse cuando el locutor desea resaltar algún dato de interés, con esta pausa se avisa al oyente de que la información que viene después es importante. Es un tipo de pausa que, en algunas ocasiones, separa elementos que desde el punto de vista sintáctico no es posible separar, como un sustantivo y el adyacente, un determinante y el nombre o la forma compuesta de un verbo. Los enunciados que aparecen en 16, 17 y 18 constituyen ejemplos de este tipo de pausas. En el caso 16 se separa el sustantivo «valor» del adjetivo «real», que funciona de adyacente; en el 17 la pausa se inserta entre el determinante «el» y el sustantivo «consejo»; y en el 18 la forma compuesta «han chocado» aparece separada al introducir la pausa.

(16) Ha dejado entrever que todavía no hemos interiorizado el valor / real del euro / Escuchen (*Cadena Ser*).
(17) ...dentro de poco más de una hora el / consejo de seguridad de la ONU va a discutir si impone sanciones a Irán por su programa nuclear (*TVE*).
(18) Así como van a ver / ha quedado el todo terreno y el monovolumen que han / chocado frontalmente (*TVE*).

d) Para separar unidades de información dentro de la misma noticia. La inflexión tonal y la pausa son dos de los rasgos prosódicos que utilizan los locutores para

separar las diferentes oraciones de una misma noticia. El fragmento que aparece en 19 pertenece a una noticia que apareció en televisión sobre la huelga de los farmacéuticos. Las pausas que se han insertado dividen el fragmento en tres unidades de información.

(19) Con esta huelga los farmacéuticos protestan por las medidas adoptadas por el gobierno para reducir el gasto de medicamentos / aseguran que los recortes previstos en sus márgenes de beneficios les van a suponer unas pérdidas de cuarenta mil millones de pesetas / Sanidad dice que los descuentos solo afectan a un 40% de las farmacias (*TVE*).

Por último, es necesario comentar también que el uso excesivo de pausas produce un efecto negativo en el oyente. El ejemplo 20 es una muestra de ello.

(20) La iglesia # le ha declarado # la guerra # a Papá Noel. (Telecinco)

## 2.4. La velocidad de elocución, el ritmo y otros parámetros relacionados con la modulación de la voz

La velocidad de elocución y el ritmo son otros rasgos prosódicos, además de las pausas y de las inflexiones tonales, que utilizan los locutores para separar unidades de información de una noticia. El final de una unidad se hace más lento y el principio de la unidad siguiente se realiza más rápidamente. En la figura 3 se puede observar cómo el mismo número de sílabas al final de la unidad de información dura más tiempo (0.876 s) que al principio de la unidad de información siguiente (0.642 s). Aquí puede observarse también el cambio tonal (línea azul) que sustituye la ausencia de pausa de una unidad a otra.

A veces, la velocidad de elocución de la siguiente unidad de información se realiza con demasiada rapidez y al oyente le es difícil entender la noticia.

Otras de las características que no se han mencionado y que el locutor utiliza para enfatizar es la articulación lenta, a veces silabificando, de alguna palabra determinada o el incremento del volumen de voz, que el oyente percibe con un incremento de intensidad en la emisión. En Aguilar *et al* (2006) se hace referencia al hecho de que la intensidad nunca se utiliza como rasgo para delimitar unidades de información, solo aparece para realzar información.

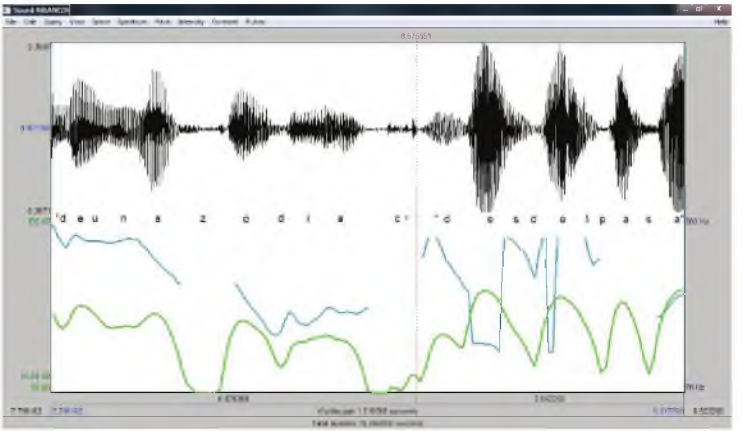



Figura 3. Oscilograma (parte superior), curva melódica (línea azul) y curva de intensidad (línea verde) del fragmento correspondiente a «de una zódiac. Desde el pasa» perteneciente a la secuencia *Todos ellos trataban de alcanzar la costa a bordo de una zódiac. Desde el pasado sábado hasta hoy han sido localizados 300 inmigrantes clandestinos.*

## 3. Conclusiones

En este capítulo hemos mencionado los rasgos prosódicos que utilizan los hablantes del español cuando se expresan mediante la lengua oral. Los profesionales de la radio y de la televisión como hablantes nativos del español también utilizan estos rasgos prosódicos, pero un conocimiento más profundo de estos rasgos les permitiría una riqueza y una mayor expresividad en sus emisiones. La falta de manuales para radio y televisión donde se expliquen cómo utilizar correctamente estos rasgos o cuáles son las estrategias prosódicas que se utilizan en unas situaciones concretas dan lugar a toda la tipología de errores que se han mencionado en el apartado 3. Si consideráramos estos errores prosódicos mencionados en el apartado anterior que realizan frecuentemente los profesionales de los medios de comunicación orales y quisiéramos subsanarlos apoyándonos en algún manual de referencia que tratara este tipo de fenómenos, no encontraríamos ninguno para el español. Los manuales de estilo de radio y de televisión tratan aspectos propios de la lengua escrita y esporádicamente se mencionan algunos aspectos relacionados con la lengua oral. La interdisciplinariedad entre lingüistas y profe-

sionales de los medios de comunicación orales debería aportar algún manual que tratara todos los aspectos relacionados con la lengua oral de forma exhaustiva con recomendaciones sobre las estrategias lingüísticas que debería seguir el locutor. Además, teniendo en cuenta el desarrollo de las tecnologías, sería fácil insertar fragmentos orales con los errores recogidos y la solución de esos errores para que pudieran ser escuchados por los profesionales.

## Bibliografía


Alcoba, S. (coord.) (1999): *La oralización*, Barcelona: Ariel Practicum.

Alcoba, S. (coord.) (2000): *La expresión oral*, Barcelona: Ariel Practicum.

Aguilar, L.; S. Alcoba; C. Carbó, y M. Machuca (2006): «Los marcadores discursivos en la lengua oral informativa» en M. Casado, R. González y V. Romero (coord.), *Análisis del discurso: lengua, cultura, valores, Actas del I Congreso Internacional*, I, Madrid: Arco / Libros, pp. 1183-1196.

Balsebre, A.; M. Mateu y V. Vidal (1998): *La entrevista en radio, televisión y prensa*, Madrid: Cátedra.

Bobes Naves, M.ª C. (1992): *El diálogo. Estudio pragmático, lingüístico y literario*, Madrid: Gredos.

Brehler, R. (2000): *Prácticas de oratoria moderna. Mostrarse seguro, hablar convincentemente*, Madrid: El Drac, 2.ª ed.

Calsamiglia, H. y A. Tusón (1999): *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, Barcelona: Ariel Lingüística.

Carbó, C.; J. Llisterri; M. J. Machuca; C. De La Mota; M. Riera y A. Ríos (2004): «Estándar oral y enseñanza de la pronunciación del español como primera lengua y como lengua extranjera», *ELUA, Estudios de Lingüística de la Universidad de Alicante*, 17: pp. 161-180.

Cros, A. (2003): *Convencer en clase. Argumentación y discurso docente*, Barcelona: Ariel.

Cuervo, M. y J. Diéguez (1981): *Mejorar la expresión oral*, Madrid: Narcea.

Domínguez Dapena, C. (2005): *Técnicas de expresión oral: uso expresivo da voz*, Vigo: Galaxia.

Escandell, M. V. (2005): *La comunicación*, Madrid: Gredos.

Fernandez De La Torriente, G. (1982): *Cómo hablar correctamente en público*, Madrid: Playor.

García-Caeiro, I.; M. Vila; D. Badía y M. Llobet (1992): *Expresión Oral*, Madrid: Alhambra.

García Carbonell, R. (1981): *Todos pueden hablar bien en público*, Madrid: Edaf, 2001.

Garrido, J. (1994): *Idioma e información. La lengua española de la comunicación*, Madrid: Síntesis.

Gómez Torrego, L. (2002): *Nuevo Manual de Español Correcto*, I, Madrid: Arco / libros.

López Valero, A. (1996): «Tipología textual y técnicas de expresión oral», *Lenguaje y textos*, 9, pp. 115-133.

Puchol, L. (1997): *Hablar en público. Nuevas técnicas y recursos para influir a una audiencia en cualquier circunstancia*, Madrid: Díaz de Santos.

Reyzábal, M. V. (1993): *La comunicación oral y su didáctica*, Madrid: La Muralla.

Romero Gualda, M. V. (1993): *El español en los medios de comunicación*, Madrid: Arco Libros.

Studer, J. (1998): *Oratoria: El arte de hablar, disertar, convencer*, Madrid: El Drac.

Tubau, I. (1993): *Periodismo oral. Hablar y escribir para radio y televisión*, Barcelona: Paidós.

## Libros de estilo de medios de comunicación orales

Canal Sur (1991): *Libro de estilo*, Sevilla: Canal Sur Televisión.

Mendieta, S. (1993): *Manual de estilo de TVE*, Barcelona: Labor.

Pérez Calderón, M. (1985): *Libro de estilo de los Servicios informativos de TVE*, Madrid: Servicio de Publicaciones del Ente Público RTVE D. L.

Rtve (1980): *Manual de estilo para informadores de radio*, Madrid: RTVE-Radio Nacional de España.

Telemadrid (1993): *Libro de estilo*, Madrid: Ediciones Telemadrid.

Santiago Alcoba (coord.), Ramón Sarmiento, José Manuel Pérez Tornero *et al.*; ed. Margarita Freixas, María J. Machuca y José María Perceval, Barcelona, 2009. Publicación electrónica en http://mediamentor.org/es/publications
ISBN: 978 - 84 - 692 - 3369 - 6

# PRONUNCIACIÓN Y ESTÁNDAR EN LOS MEDIOS

Lourdes Aguilar
*Universitat Autònoma de Barcelona*

Este capítulo trata de la norma ortológica[1], en concreto, de las relaciones entre la pronunciación y la lengua normativa (o estándar o lengua correcta o lengua de prestigio, ya nos referiremos a las distintas denominaciones), abordadas desde dos enfoques: el de la descripción lingüística, y el de la aplicación en la labor profesional de los comunicadores (radio, televisión). Para ello, el primer parágrafo analiza cómo se integra la descripción del sistema fónico de la lengua en la norma del español. Se enumeran a continuación los hábitos articulatorios que parecen haberse configurado como estándares, con especial referencia a los periodistas radiofónicos y los presentadores de TV en el territorio español e hispanoamericano (§2).

En el parágrafo 3 (*Modelos usados en libros de estilo*), el texto aborda lo que, a nuestro juicio, es una tarea útil para el profesional de la comunicación, cuya herramienta de trabajo, cabe recordar, es la lengua: la de analizar los materiales que puede consultar, desde el punto de vista del modelo de lengua

[1] La Real Academia Española (*Diccionario de la lengua española*) no distingue *ortología* («Arte de pronunciar correctamente y, en sentido más general, de hablar con propiedad»), de *ortoepía* («Arte de pronunciar correctamente»), a diferencia de otros autores (Julià-Munné, 2005), que se sirven de la distinción terminológica para separar el conjunto de normas para la correcta pronunciación de una lengua (*ortoepía*) del proceso de construcción de la manera correcta de expresarse oralmente que se da durante la estandarización de una lengua (*ortología*).

que asumen. Como estrategia ilustrativa de la necesidad de contar con buenas obras de consulta, se repasan algunas de las alteraciones más llamativas de pronunciación en que incurren de manera habitual los profesionales de los medios de comunicación (§ 4. Problemas de pronunciación en los medios).

## 1. Relación entre la descripción del sistema fónico del español y las concepciones normativas

### 1.1. Concepciones de la norma: norma académica, norma lingüística, norma sociolingüística, norma ejemplar

Desde los primeros trabajos de F. Saussure, se establece la necesidad de diferenciar entre el conocimiento gramatical común que comparten los hablantes de una comunidad lingüística, la *lengua*, y la manera en que se manifiesta tal conocimiento en cada hablante particular, el *habla*. E. Coseriu añade a esta distinción dos términos más: el de *norma* y el de *tipo*. Mientras que la entidad *tipo* hace referencia a la abstracción que surge una vez comparadas diferentes lenguas y definido lo común a esos sistemas lingüísticos (a modo de ejemplo, el tipo lingüístico indoeuropeo, que contrasta con el tipo lingüístico túrcico), para definir una norma, se elige del conjunto de hablas individuales aquello en que coinciden, independientemente de si es esencial o no para caracterizar la lengua que se investiga. Por ejemplo, en el caso del español y tomando un ejemplo de Coseriu, pertenece a la norma decir *oyente* y no *oidor* para referirse a aquellos que oyen la radio, pero eso no significa que la palabra *oidor* viole ningún principio de la lengua española: por el contrario, es una palabra perfectamente posible en la lengua, pero no existente para ese contenido semántico.

No obstante, en este contexto, se está adoptando como genérica la concepción de norma lingüística (norma como conjunto de los usos habituales que los hablantes de una lengua determinada reconocen como propios), cuando esta no es más que una de las posibles acepciones del término, como pone de manifiesto Alvar (1982). Al lado de la *norma lingüística*, de carácter descriptivo, que pretende reflejar, no regularizar, el uso, determinando lo que es normal o frecuente, hallamos la *norma académica*, como conjunto de reglas que delimitan el uso correcto de una lengua. En este segundo caso, la norma nace como una actividad de intervención sobre la lengua que busca la unidad del idioma formulando criterios de corrección.

Asimismo, hay que convenir que todos los hablantes poseen un ideal de corrección, que les sirve de base común cuando utilizan la lengua como miem-

bros de una comunidad de habla. De estudiar este ideal se encarga la *norma sociolingüística*, al establecer el conjunto de usos socialmente prestigiosos de una lengua. Muy relacionada con la norma sociolingüística, todavía queda por definir la considerada *norma ejemplar*, que, según palabras de Coseriu, coincide con «la lengua de más alto nivel, la lengua que se considera como lengua, como modelo ideal para toda la lengua de la comunidad histórica». En otras palabras, frente a las posibilidades de variación en la realización de las lenguas, los hablantes suelen poseer el concepto de una norma que las engloba a todas.

Una vez revisadas las diferentes concepciones de la norma (académica, lingüística, sociolingüística, ejemplar), cabe preguntarse dónde queda la noción, de origen anglosajón aunque cada vez más usada en la lingüística hispánica, de *lengua estándar*. Como cuestión previa, sin embargo, necesitamos detenernos a observar cómo se ha tratado el aspecto de la variación en la norma, dado que el concepto de estándar lo acoge de manera implícita, al neutralizar los aspectos que pueden resultar conflictivos para la comunicación (especialmente, en el ámbito fonético y léxico) y mantener la diversidad que halla una motivación en los cambios históricos de la lengua (lo que atañe sobre todo a los componentes morfológico y sintáctico).

## 1.2. El tratamiento de la variación en la norma

Llegados a este punto, nos interesa delimitar las relaciones entre la norma lingüística y las variedades de una lengua, y para ello, nos basaremos en el análisis de Moreno Cabrera (1991). Como sabemos, una lengua está compuesta por un conjunto de dialectos, que, en general, se han clasificado en los siguientes grupos: a) variedades diatópicas, o dialectos geográficos: por ejemplo, el español de América, de Centroamérica o el español de México; b) variedades diastráticas, dialectos sociales o sociolectos, como el habla de los programadores informáticos o de los futbolistas; c) variedades diafásicas, dialectos funcionales, estilos o registros: por ejemplo, el estilo solemne en un acto académico; y d) variedades individuales, o idiolectos.

A este panorama de variación se suma que los dialectos (sean geográficos, sociales o funcionales) no se diferencian demasiado de las lenguas, ya que todos son sistemas abstractos: hablar del español, del español del Caribe, del español de los campesinos de Cuba o del español culto hablado en la ciudad de La Habana, no deja de ser una jerarquía de abstracciones, porque ninguno de ellos se habla en ninguna parte: solo los idiolectos son de verdad realizables, y por tanto, existentes. En cada actuación lingüística, cada hablante pone a funcionar un estilo específico de su sociolecto y de su dialecto geográfico.

Desde el punto de vista de la descripción, parece claro que las variedades diatópicas tienen que ver con diversas normas lingüísticas. Dicho de otro modo, el español de Argentina, como objeto sistemático de rango lingüístico, es decir, como gramática, es diferente al español de España. Por su parte, las variedades diastráticas ocupan un lugar intermedio entre la norma y las hablas pertenecientes a una norma, ya que determinadas jergas características de ciertos colectivos pueden constituir una norma en sí mismas: este ha sido el caso durante el tiempo en que el español de los medios de comunicación se tomaba como modelo de habla.

En cambio, las variedades diafásicas no suponen un cambio de norma, sino más bien diversas realizaciones de una misma norma. Es decir, cuando se habla en un registro coloquial no se utiliza una norma esencialmente diferente a la que se usa cuando se habla en un registro formal: las principales diferencias tendrán que ver con la elección de vocabulario y la simplicidad morfológica y sintáctica. Por último, las variedades individuales son hablas diversas.

Pese a estas precisiones, como el sentido de norma más extendido es el de norma académica, y ésta, establecida a partir un ideal de corrección, tiende a considerar a las lenguas como sistemas unitarios, suele tomarse como modelo el estilo más formal del sociolecto alto de cada zona geográfica, que, una vez codificado, se convierte en la variedad manejada en la creación literaria, la administración, la educación y en los medios de comunicación.

Con todo, también la norma académica puede admitir varios modelos en coexistencia, propugnando la unidad dentro de la variedad. En el caso del español, desde que se creó en 1951 la Asociación de Academias de la Lengua Española, las decisiones que afectan a las normas generales de aceptación y corrección le corresponden, y desde su punto de vista, la norma culta no puede ser única, sino múltiple: si bien el ideal académico sigue siendo la unidad idiomática, no se propone en detrimento de las identidades territoriales. Por el contrario, se defiende un enfoque variacionista, según el cual cada país o zona geográfica establecerá su propia norma. Así queda explicado en las páginas de presentación al *Diccionario panhispánico de dudas* (2005):

Por su carácter de lengua supranacional, hablada en más de veinte países, el español constituye, en realidad, un conjunto de normas diversas, que comparten, no obstante, una amplia base común: la que se manifiesta en la expresión culta de nivel formal, extraordinariamente homogénea en todo el ámbito hispánico, con variaciones mínimas entre las diferentes zonas, casi siempre de tipo fónico y léxico. Es por ello la expresión culta formal la que constituye el *español estándar*: la lengua que todos empleamos, o aspiramos a emplear, cuando sentimos la necesidad de expresarnos con corrección; la lengua que se enseña en las escuelas; la que, con mayor o menor acierto, utilizamos al hablar en público o emplean los medios de comunicación; la lengua de los ensa-

yos y de los libros científicos y técnicos. Es, en definitiva, la que configura la norma, el código compartido que hace posible que hispanohablantes de muy distintas procedencias se entiendan sin dificultad y se reconozcan miembros de una misma comunidad lingüística. (DPD: XIV-XV).

Concluye por tanto el camino que nos ha conducido desde las relaciones entre norma y variación, hasta la noción preferida de lengua estándar, pasando por el concepto de norma variacionista. En breve: la lengua estándar no refleja un patrón de dominio de un dialecto sobre otro, sino que incorpora la variedad, neutralizando los aspectos más particulares o idiosincrásicos y aceptando los rasgos dotados de prestigio en la comunidad. Como consecuencia, la lengua estándar es una entidad lingüística, social y políticamente heterogénea, además de ser un objeto susceptible de cambios que dependen más de la voluntad de los usuarios que de las propiedades del sistema.

## 2. Rasgos de pronunciación configuradores del español estándar

### 2.1. Elección del modelo

Como se desprende de lo dicho en el apartado anterior, tanto la noción de estándar como el concepto de norma, presuponen un modelo, y a la tarea de descubrir ese modelo, no siempre explícito, en las obras de consulta lingüística para el español, se van a dedicar los siguientes párrafos. Dado que es nuestro objeto de interés el nivel fónico, se revisan aquí las siguientes fuentes de referencia: la información fónica en los diccionarios del español, las indicaciones sobre pronunciación en las gramáticas, y el modelo descrito en los manuales de fonética y fonología españolas.

Son de especial utilidad, por cuanto relacionan de manera directa el componente léxico y el fónico, aquellos diccionarios que incluyen en su microestructura información sobre la pronunciación de las palabras, por ejemplo: el *Diccionario para la enseñanza de la lengua española* (Vox y Universidad de Alcalá de Henares), el *Gran diccionario de la lengua española. Diccionario de uso* (Sociedad General Española de Librería), el *Diccionario de uso del español actual* (CLAVE). Ahora bien, no es una práctica habitual en lexicografía española (a partir de la 22.ª ed. del *Diccionario de la lengua española*, la Real Academia Española ha eliminado en sus entradas cualquier referencia a la pronunciación de las palabras), y cuando se opta por incluir información fónica, no se siguen pautas sistemáticas ni en su inclusión (el *Diccionario de uso del espa-*

*ñol actual*, CLAVE, 1997 incluye la transcripción fonética de la mayoría de las entradas, pero no de todas) ni en las convenciones de representación (la información fónica asociada a la palabra suele consistir en una pronunciación figurada, a veces reproducida con signos ortográficos).

Dicho esto, y establecidas las limitaciones en cuanto al material de consulta para las dudas ortológicas, se distinguen en los diccionarios citados dos modelos de habla. Es la norma «culta» la que se toma como modelo en el *Diccionario para la enseñanza de la lengua española* (Vox y Universidad de Alcalá de Henares) y el *Gran diccionario de la lengua española. Diccionario de uso* (SGEL), a diferencia del diccionario CLAVE (1997), que pretende describir «una pronunciación neutra, sin un acento particular, estándar, general y no marcada».

Finalmente, el *Diccionario panhispánico de dudas* incluye algunas notas sobre la pronunciación de las palabras, especialmente cuando se trata de variantes dialectales alternativas, como sucede en la separación silábica de los grupos vocálicos en algunas de las entradas (*guion*). A modo de ejemplo, en el caso de los nombres acabados en *-sfera*, el *Diccionario panhispánico de dudas* (2005) señala tendencias dispares en el español de América y el español de España:

> En el español de América, por analogía con *atmósfera*, se prefiere la acentuación esdrújula en todas las palabras que lo contienen: *biósfera, estratósfera, hidrósfera*, etc. En el español de España, por el contrario, todas las palabras formadas con este elemento compositivo, salvo *atmósfera*, son llanas: *biosfera, estratosfera, hidrosfera*, etc. (DPD).

Otra fuente de documentación la constituyen las descripciones de los sistemas fonético y fonológico del español que forman parte de algunas gramáticas[2]. En la gramática académica, –hasta la fecha, el *Esbozo de una nueva gramática de la lengua española*– se elige como modelo «el habla tenida por culta en la vasta extensión del mundo hispánico y considerada como norma en la enseñanza oficial y en las prescripciones de las Academias de lengua española» (RAE, 1973: 14). En la práctica, se trata de la norma castellana. Cabe señalar, no obstante, que la obra auspiciada por la Asociación de Academias de la lengua, la *Nueva Gramática de la lengua española*, pretende cambiar este enfoque, por cuanto se presenta como «un proyecto panhispánico que ofrece una completa descripción de la unidad y de la variedad del español en el ámbito de la gramática». En la misma línea variacionista, la *Gramática de la lengua española*, de E. Alarcos

[2] Cabe mencionar que la *Gramática descriptiva de la lengua española*, editada por I. Bosque y V. Demonte (1999) no incluye ningún capítulo de fonética ni de fonología.

Llorach (1994) ya presentaba las dos normas que el autor consideró «más comunes del sistema fonológico de hoy: la del sistema centronorteño peninsular y la del americano o atlántico», señalando las variantes más aceptadas.

Desde un enfoque prescriptivo, la obra de L. Gómez Torrego (2002, 2006) nos informa del tratamiento normativo de formas que pertenecen a dialectos, sociolectos y estilos: por ejemplo, las dificultades de articulación relacionadas con los grupos vocálicos y consonánticos, o la existencia de palabras con dos alternativas de pronunciación.

También han de basarse en algún modelo las obras que toman como objeto de análisis el sistema fónico del español, ya que, como nos recuerda Moreno (2000), toda descripción implica la opción por alguno de los dialectos de una lengua. Entre los manuales más difundidos y conocidos, hallamos los de pronunciación y de entonación redactados por T. Navarro Tomás, que se centran en la «buena pronunciación», entendida como aquella «que se usa corrientemente en Castilla en la conversación de las personas ilustradas, por ser la que más se aproxima a la escritura» (1918, cito por la 23.ª ed., 1989: §4). Continúa Navarro Tomás:

> su uso, sin embargo, no se reduce a esta sola región, sino que, recomendada por las personas doctas, difundida por las escuelas y cultivada artísticamente en la escena, en la tribuna y en la cátedra, se extiende más o menos por las demás regiones de lengua española (Navarro Tomás, 1918).

Diferente opción ortológica viene representada por el tratado de M. J. Canellada y J. K. Madsen (1987), donde la «buena pronunciación» se asimila a una dicción común, que neutraliza las principales diferencias dialectales e idiolectales: «No es un lenguaje que solo se habla en un determinado lugar de Castilla, sino que es un lenguaje neutral en el sentido de que, venga de donde venga el hablante de este lenguaje, no se le puede localizar por su pronunciación de castellano».

Otras monografías de fonética descriptiva no hacen explícito el modelo de habla en que se basan, aunque puede deducirse de las unidades que eligen para describir el inventario y distribución de sonidos del español. Así, A. Quilis, además de describir los fonemas del español que él llama «general» y la distribución de sus alófonos, estudia los fenómenos dialectales relacionados con cada clase de sonidos (vocales, consonantes oclusivas, nasales, fricativas, africadas, líquidas); de la misma forma, en lo que concierne a la prosodia, incluye entonaciones que el autor denomina «regionales» (*cf.* Quilis, 1993).

Por su parte, los manuales de E. Martínez Celdrán, que entroncan directamente con los procedimientos de la fonética experimental, no circunscriben sus

descripciones a un modelo de español, sino que aportan los datos de investigaciones articulatorias, acústicas o perceptivas de que se dispone para distintas clases de sonidos, con independencia de su adscripción dialectal. Por ejemplo, en Martínez Celdrán y Fernández Planas (2007) se habla de la aspiración de -s, la fricativa prepalatal sorda [ʃ] o la [l̪] laminal.

## 2.2. Codificación de los rasgos de pronunciación

La principal dificultad a la hora de determinar las características del español estándar en lo que toca a la pronunciación es lo dilatado de su dominio geográfico, ya que restringir el modelo a una zona (aunque no se admita explícitamente) supone imponer reglas ajenas a otras variedades. Tradicionalmente, la codificación realizada por la Real Academia Española se ha basado en las opciones lingüísticas del español de España, y más concretamente de la norma castellana, de tal forma que fenómenos como el seseo o las aspiraciones, por mencionar dos procesos de amplia extensión, han quedado relegados a los estudios dialectológicos y sociolingüísticos, a la vez que realizaciones fonéticas de uso obligatorio en ciertas zonas, como [ʃ] o [s̺] se han descartado de los inventarios fonológicos del español.

No obstante, como señala Demonte (2003), estas actitudes se corresponden con una «visión tradicional arcaica que es la que abogaba, por ejemplo, por que se enseñase la distinción entre -s- y -z- en las escuelas de la América hispánica y la que consideraba al castellano peninsular como el estándar de la lengua española». En la actualidad, la preocupación por evitar la imposición de usos que son ajenos a las variedades geográficas del español convive con la tendencia a la unificación idiomática, señalada por diversos autores con términos como *español neutro*, *español común*, *español internacional* (Ávila, 1997, 2001; Millán, 1997), definidos como «español de ningún sitio y de todos al mismo tiempo» (Gómez Font, 2002). De manera general, Demonte (2003) hace referencia a la existencia de un supradialecto que elimina rasgos fonéticos y morfofonológicos específicos, y que acepta como comunes, y por tanto, como integradores del español estándar, el seseo americano, andaluz y canario, la consideración de la lateral palatal y la aproximante palatal como elementos del mismo rango, y algunos procesos de debilitamiento, como, entre otros, ciertas aspiraciones de la -s, algunas relajaciones de las consonantes en posición final o de las dentales en la terminación de los participios, etc.

De hecho, la tarea de definir un estándar de pronunciación del español, pasa por la identificación de los rasgos que son privativos y no privativos del sistema. Parece haber consenso en algunos puntos, como los siguientes:

a) No configuran el estándar:

-los rasgos que revelan claramente la procedencia del hablante, como el llamado rehilamiento de /ʝ/, que solo se produce en el Río de la Plata y Uruguay;

-los rasgos identificados como marcadamente regionales: por ejemplo, la asibilación de /r/ o del grupo consonántico *-tr-* en el habla de México;

-los rasgos propios de variedades con escasa difusión: por ejemplo, la articulación de /ʝ/ como [i], propia de zonas rurales de España, Nicaragua y Guatemala.

b) Resulta conveniente evitar el ceceo, puesto que no goza de prestigio en la comunidad, a diferencia del seseo, que es la práctica habitual en la mayoría del territorio.

c) No existe inconveniente en aspirar la /x/, siempre que no redunde en una pronunciación poco cuidada, como sucedería en el caso de un contacto con -s-: por ejemplo, *las juntas*.

Como se desprende de lo dicho hasta el momento, los rasgos sonoros que se identifican como configuradores del estándar oral pertenecen al nivel de los segmentos, relacionado con el inventario y la distribución de los sonidos. Por asociarse generalmente con el componente expresivo, y por tanto, difícil de sistematizar, quedan fuera aquellas opciones prosódicas, que, sin embargo, no siempre son de libre opción para los hablantes. Nos queda por conocer cuáles son las decisiones adoptadas por la Asociación de Academias de la lengua en los capítulos dedicados al nivel fónico en la *Nueva Gramática de la lengua española*.

Llegados a este punto, podemos plantearnos la especificidad de la lengua oral de los medios de comunicación. Si se toman como referencia los periodistas radiofónicos y los presentadores de TV en los dos continentes, la tendencia a la unidad idiomática resulta más evidente en el terreno del léxico que en la pronunciación, donde se mantienen aquellos rasgos de dicción y entonación que no crean conflictos de significado ni de identidad. En este sentido, Ávila (1997, 2001) analiza los noticiarios de los principales canales de televisión del mundo hispanohablante con el resultado de que el número de palabras no comunes, palabras que no todos los espectadores de los distintos países pueden entender por igual, es mínimo: sólo el 1,2%. Es distinto, en cambio, el panorama en el dominio de la pronunciación, donde Ávila (2003) propone

describir tres modelos estándar o normas fonéticas, ordenados según su frecuencia de uso en los medios de comunicación: α, β y γ. Aunque Ávila describe diferencias internas en cada una de las normas, en función de las variantes articulatorias de [x] y de los resultados fonéticos de las aspiraciones, los rasgos diferenciadores de los tres modelos son los siguientes:

-α: ausencia de [θ] y presencia de [s]; articulación predorsal dentoalveolar de [s]

-β: ausencia de [θ] y presencia de [s]; articulación predorsal dentoalveolar de [s]; aspiración de [s]

-γ: presencia de [θ] y presencia de [s]; articulación apicoalveolar de la [s]

Las transcripciones de los fragmentos en (1) ilustran las realizaciones fonéticas identificadoras de estos modelos[3]:

(1)

a) Modelo α

La Academia sueca dio a conocer este viernes que el premio Nobel de la Paz 2007 fue compartido.

[llaka'ðemja 'sueka dioa kono'ser 'este βi.'ernes | kel 'premjo 'noβel ðe la 'pas | dos 'mil si.'ete | fje kompar'tiðo | ]

b) Modelo β

La probabilidad de que Al Gore sea el próximo presidente de Estados Unidos había subido alrededor del 10% al 13,5%

[ | la proβaβili'ðað de ke.'al 'γo.r | 'se.a.'el 'prosmo presi'ðẽnte de | eh'taðos u'niðos | aβjasu'βiðo alreðe'ðor ðel di.'eh por si.'ẽnto | al 'tresa 'koma 'sinko por 'sjento |]

c) Modelo γ

Los premios Nobel pues buscan un poco personajes relevantes y en ese sentido desde luego por parte de Greenpeace pues insistir en la satisfacción

[ | los premjos no'βel | pues 'βuskan um 'pokor perso'naxeis rele'βantes jen ese sen'tiðo ðesðe 'luego por parte ðel γrim'pis pues insistir en la satisfak'θjon | ]

Dicho esto, el siguiente parágrafo se dedica a analizar los libros de estilo que puede consultar un profesional de los medios de comunicación y el tipo de información fónica que en ellos encuentra.

[3] Los archivos de voz fuente pueden consultarse en http://kane.uab.es/cursos.lengua.

## 3. Modelos usados en los libros de estilo

Los libros de estilo editados por las empresas de comunicación establecen las normas de estilo y de deontología a que deben atenerse sus colaboradores, aunque también son manuales de consulta para el uso correcto de la lengua. No hace falta, pues, decir, que debe ser (junto con determinados diccionarios y gramáticas) un instrumento habitual del periodista, una herramienta que permita mejorar tanto sus escritos como la oralización de los mismos.

Desde este punto de vista, los libros de estilo pueden concebirse como un diccionario de dudas (al modo del *Diccionario de usos y dudas del español* de J. Martínez de Sousa, el *Diccionario de dudas de la lengua española*, de M. Seco, o el *Diccionario panhispánico de dudas*, de la Asociación de Academias de la Lengua Española) en el que se recogen alfabéticamente aquellas palabras que, con frecuencia, plantean problemas en la construcción de textos –por ejemplo, verbos irregulares, extranjerismos, impropiedades léxicas– junto con reglas de ortografía y puntuación, informaciones gramaticales o formación de gentilicios, entre otros asuntos. Los más conocidos son el *Manual de español urgente* (de la Agencia EFE) y el *Libro de estilo* de *El País*, pero ambos se centran en prensa, con escasas referencias a radio y televisión. Para la lengua oral, disponemos de algunas obras para la televisión, de ámbito estatal, autonómico o internacional: TVE (Mendieta, *Manual de estilo de TVE*, 1993), Telemadrid (*Libro de estilo de Telemadrid*, 1993), Canal Sur (J. M. Allas y L. C. Díaz, *Libro de estilo Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía*, 2004), CNN (*Manual de estilo y referencia. CNN en español*, 2002). También para el medio radiofónico: *Guía de estilo Onda Cero Radio*, *Libro de estilo de los Servicios Informativos de RNE*.

En lo que toca al tratamiento de la pronunciación en los medios, objeto de análisis en los siguientes parágrafos, los libros de estilo coinciden en seleccionar aquellos fenómenos que suscitan dudas ortológicas de manera recurrente (las oclusivas *-b*, *-d*, *-g* en posición final, el ceceo y el seseo, el yeísmo) y añaden aspectos que a menudo quedan fuera de los estudios lingüísticos, como la correcta lectura de nombres extranjeros[4]. El enfoque, como no puede ser de otra manera, es prescriptivo, puesto que las observaciones sobre los fenómenos fónicos se supeditan a un catálogo de recomendaciones. Por su interés, nos detendremos con más detalle en algunos de los libros de estilo para

[4] Resulta interesante en alguno de los libros de estilo consultados la atención que dedican a los aspectos prosódicos, si bien las recomendaciones en este sentido no quedan plasmadas en el artículo, centrado en las cuestiones que atañen a los segmentos fonéticos.

televisión y radio, representativos de la lengua de su público objetivo: una agencia de prensa de ámbito general, una TV de ámbito local septentrional, una TV de ámbito local meridional, y una radio de ámbito estatal.

## 3.1. Manual de español urgente, Efe

A partir de la edición de 1994, el manual añade un capítulo sobre la lengua hablada en el que se advierte sobre la pronunciación de las oclusivas, así como sobre ciertos fenómenos de alcance dialectal. En lo que se refiere a las consonantes oclusivas, se recuerda que <b> y <v> son grafías que corresponden a un único fonema, y se recomienda pronunciar de manera plena las consonantes *b, c, d, p* en posición de coda silábica o final de palabra (*abstenerse, obstrucción, bloc, coñac*).

En cuanto a los fenómenos dialectales, se rechaza el desprestigiado ceceo, a diferencia del seseo. Tampoco se admite la desafricación de la consonante <ch>: citamos textualmente, «no es recomendable la pronunciación de *ch* como si se tratara de la secuencia inglesa *sh*. Por ejemplo *mushasho*, en lugar de *muchacho*». Por último, el manual hace referencia al yeísmo, que, «dada su gran difusión, no debe considerarse incorrecto», si bien «conviene contribuir al mantenimiento de la diferencia entre la *ll* y la *y*».

## 3.2. Manual de estilo de TVE, S. Mendieta

El libro de estilo de TVE incluye un apéndice sobre *Pronunciación correcta*, donde se exponen observaciones sobre algunas consonantes, a partir de su grafía (*b, c, ch, d, h*, entre otras), y se confecciona una relación de palabras de «pronunciación dudosa o viciada». También se encuentran notas indicativas de la lectura de las palabras en los apartados dedicados a los *Términos geográficos: Topónimos* y a los *Términos y expresiones de otras lenguas españolas*. El apartado dedicado a las consonantes es extenso, si bien aquí, para no alargar la exposición, mencionamos solo algunas de las recomendaciones.

De la misma manera que la agencia Efe propugna para sus redactores, en TVE los locutores deben aproximarse a la norma culta cuando producen consonantes en posición final de palabra o de sílaba (*coñac, boj, septiembre, atlántico*). Coinciden también ambos manuales en la aceptación del yeísmo, a diferencia del seseo, que, desde el punto de vista de S. Mendieta, «solo se considera normal en Andalucía, Canarias y América». Probablemente para delimi-

tar la norma culta, el *Manual de estilo de TVE* presta especial atención a los vulgarismos fónicos, como los que recogemos a continuación:

«CH. Se considera vulgar la pronunciación andaluza que acerca esta consonante al sonido de *sh* en inglés».

«Es vulgar la supresión de la *d* en la terminación de los participios pasivos de la primera conjugación: *acabao, terminao*, y más aún en los de la segunda y tercera: *corrío, nacío*».

«Es muy vulgar la sustitución de la *l* por *r*: *cardo* (por *caldo*), y también la supresión de la *l* final, que se da en alguna región: *capitá* (por *capital*)».

De manera interesante, se hacen algunas consideraciones sobre la relación entre representación ortográfica y representación fonética, o sobre lo que, en otra parte, I. Tubau llama *ortografismos*. En particular, se recuerda que <b> y <v> se pronuncian [b], y que la <h> no representa sonido alguno. No obstante, el propio manual incurre en un ortografismo al recomendar la distinción en inicio de palabra entre la consonante <y-> y el grupo <hie-> (*hiedra, yegua*), dado que estudios fonéticos han demostrado que la pronunciación en ambos casos corresponde a la misma aproximante palatal (Aguilar, 1997; Ríos, 1998).

En el apartado titulado, de manera significativa, *Relación de palabras de pronunciación dudosa o viciada*, y redactado a modo de diccionario de dudas, se recogen problemas de acento (*acrobacia, aeródromo, elite*), vulgarismos (*adaptar, asfixiar, veintiuno*), paronomasias (*adicción, adición*), dudas en la pronunciación de consonantes finales (*cinc, argot*) y de extranjerismos (*boîte, bridge, jeep*), ejemplos de ultracorrecciones (*concreción, contrición*), y reglas generales de lectura de algunos nombres propios extranjeros (*Pekín, Somalia, Tibet*).

Con respecto a esta última cuestión, la lectura de nombres propios procedentes de lenguas distintas a la castellana, se enuncian más recomendaciones en los apartados dedicados a los *Términos geográficos: Topónimos* y a los *Términos y expresiones de otras lenguas españolas*. Por un lado, se rechaza la tendencia a usar los nombres geográficos en versión extranjera, en lugar de la española (*New York* por *Nueva York*, por ejemplo) y se ofrecen listas de palabras que sirven de orientación. Por otro lado, para la lectura de los nombres en catalán y en gallego, el manual dicta algunas reglas ortológicas: «Así, se dirá: Jordi Pujol, Xabier Arzallus, Miquel Roca, etc. El locutor o el presentador deben pronunciarlos correctamente». Para aclarar ese «correctamente», se añade en nota a pie de página: «La *j* se pronuncia como la *j* francesa». Con independencia del valor aclaratorio que le podamos conceder a la nota, en cualquier caso, el texto no menciona cuál es el sonido que corresponde a la grafía <x> del nombre de origen vasco, *Xavier*.

## 3.3. Libro de estilo de Telemadrid

En lo que concierne a la norma de pronunciación, el *Libro de estilo de Telemadrid* analiza lo que llama «Articulaciones viciosas de los sonidos», además de prestar especial atención a cómo se producen los sonidos agrupados en sílabas, y a los fenómenos de sinalefas y contracciones. La lista de las «Articulaciones viciosas de los sonidos» es larga, por lo que solo recogemos aquí algunas[5]:

-Reducción de vocales en hiato: *alb[a]ca (*albahaca*).
-Desplazamientos acentuales en la sílaba: *['a]ora (*ahora*), *['a]un (*aún*).
-Elisión de consonantes en posición final de sílaba: *a[δ]icar (*abdicar*).
-Ultracorrecciones: *discre[k]ción (*discreción*).
-Elisión de [δ], [ɾ] o [ɣ] intervocálicas: *dao (*dado*), *pa (*para*), *auja (*aguja*).
-Consonantización de *u* en el diptongo *hue*: *[g]uésped (*huésped*).
-Pronunciación de la *-d* en posición final como [θ] o elisión: *salu[θ], *sal['u] (*salud*).
-Pronunciación de [k] y [g] en posición final de sílaba como [θ] y [x], respectivamente: *aspe[θ]to (*aspecto*), *di[x]no (*digno*).

El texto también sitúa fuera de la norma tanto el yeísmo («Las personas que hablan para el público –profesores y locutores– deben distinguir entre las dos pronunciaciones y aplicarlas correctamente», p. 123) como el seseo y el ceceo («Ambos fenómenos constituyen una transgresión de las normas ortológicas de la Academia y, si suenan, es por incuria o incumplimiento», p. 124). En el apartado correspondiente al *Léxico de la lengua oral*, se define vulgarismo fonético («toda codificación anómala introducida por el vulgo en la pronunciación de las palabras, que generalmente consiste en el cambio, adición, supresión o traslación de algún sonido», p. 138) y se confecciona una lista de vulgarismos fonéticos frecuentes: *fustrar (*frustrar*), *abaniquear (*abanicar*), *amarillar (*amarillear*), *alinear (*aliniar*).

## 3.4. Libro de estilo Canal Sur Televisión

Dado el ámbito de difusión de la cadena, el modelo que se sigue en el *Libro de estilo Canal Sur Televisión* corresponde a la variedad del español hablado

[5] Adoptamos la convención habitual en lingüística de marcar con asterisco (*) las formas agramaticales o incorrectas, y señalamos entre corchetes el segmento fónico implicado, transcrito según las convenciones del Alfabeto Fonético Internacional. Entre paréntesis anotamos la palabra con su forma ortográfica correcta.

en Andalucía en entornos formales y urbanos, donde los rasgos más marcados o idiosincrásicos se neutralizan, de forma que se puede hablar de un estándar andaluz. Con el fin de delimitar dicho estándar andaluz, se condenan algunos rasgos de pronunciación, a partir de lo descrito en Narbona y Morillo (1987):

-aspiración procedente de *f-* inicial latina: *[x]*ambre* (*hambre*);
-confusión o trueque de *r* y *l*, en cualquiera de las posiciones implosivas o en el interior de grupos consonánticos: *a[ɾ]ca[ɾ]de (*alcalde*), *á[l]bitro (*árbitro*), *ref[l]án (*refrán*), *b[ɾ]anquear (*blanquear*);
-ceceo;
-pronunciación fricativa relajada de la *ch*: *mu[ʃ]a[ʃ]o (*muchacho*).

Son ilustrativas algunas de las pautas que establecen para una locución correcta (pp. 67-68):

«En las hablas andaluzas existen giros y expresiones muy hermosas, de uso extendido, que se pueden y se deben utilizar siempre que no sean localismos incomprensibles para el conjunto de la población andaluza.»

«En general, los excesos en rasgos de pronunciación deben corregirse, sin pretender hablar un castellano de Valladolid, puesto que el andaluz no sólo no es un castellano mal hablado sino que incluso para muchos autores es la forma de pronunciación más extendida (en los países del sur de América por ejemplo).»

«El redactor no debe forzar su acento ni usar modismos muy singularizados. En Andalucía existen multitud de acentos distintos y en Canal Sur deben estar todos presentes, dentro de los criterios comunes de inteligibilidad.»

## 3.5. Guía de estilo, Onda Cero Radio

En lo que compete a las normas de pronunciación y lectura, la *Guía de estilo* de *Onda Cero Radio* aconseja el uso de la norma castellana, por lo que recomienda evitar tanto los acentos regionales como las interferencias debidas al contacto con otras lenguas romances (en el caso del castellano hablado en Cataluña, un ejemplo lo constituyen las variantes abiertas y cerradas de las vocales). En su repaso al inventario de consonantes, se mencionan las dificultades asociadas con <p, b, c, d> cuando aparecen en posición final de palabra (a[β]to por *apto*, pa[x]to por *pacto*). Asimismo, por elegir el castellano norteño como modelo de habla, se recomienda evitar tanto el seseo como el ceceo, así como mantener en la medida de lo posible la distinción *ll-y*.

## 4. Problemas de pronunciación en los medios

Como se deduce de la selección de problemas, los libros de estilo inciden en algunos de los fenómenos más llamativos de pronunciación y más fáciles de describir, a saber: las oclusivas, el yeísmo, y el seseo / ceceo. En general, los libros de estilo, y, por extensión, los profesionales de los medios identifican el desprestigio de las producciones ceceantes, diferente de la espontaneidad que puede llegar a transmitir la relajación de la *-d-* intervocálica en los participios acabados en *-ado*. Por el contrario, no prestan atención a otros fenómenos que, sin embargo, son claros indicadores de descuido en el habla.

Para acabar el epígrafe con el análisis de casos reales, veamos algunos enunciados extraídos de los medios de comunicación orales que corroboran la necesidad de contar con un análisis dedicado a la pronunciación más extenso y pormenorizado. Enumeramos las inconveniencias más frecuentes en la dicción[6], acompañadas de los enunciados-fuente recopilados por estudiantes de la asignatura *Lengua española oral*, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB, durante los cursos académicos comprendidos entre el 2000 y el 2007. El dilatado periodo de tiempo que abarcan los fenómenos nos permiten certificar su presencia recurrente en el español de los medios de comunicación. Se trata de una gran variedad de pronunciación en las consonantes en posición de coda silábica, de la frecuente confusión en los grupos vocálicos que aparecen en interior de palabra; y de la vacilación entre la pronunciación en sinéresis (monosilábica) o separada (hiática) de las vocales en contacto en el margen de palabra[7].

Presentaremos aquí las consideraciones descriptivas generales de concepto, clases y usos, señalando las formas que suelen manifestar desvíos del uso general, desde un enfoque que pueda justificar lingüísticamente las alteraciones más comunes, por las condiciones específicas del español o de las lenguas naturales, en general. A continuación, enumeramos algunos de los ejemplos más sobresalientes hallados en el corpus.

Aun a sabiendas de que los problemas de pronunciación de palabras extranjeras y de nombres propios son quizá los más frecuentes en el español de los medios de comunicación, no los hemos incluido aquí dado que nuestro interés se centra en explicar los motivos lingüísticos de la alteración señalada, para advertir lo que supone de descuido o desconocimiento de las condiciones de uso por parte del usuario.

[6] No incluimos aspectos de acentuación ni de prosodia, por cuanto constituyen el tema de interés de otro de los artículos del volumen.

[7] Nos servimos de los símbolos fonéticos para anotar el segmento objeto de análisis.

## 4.1. Variación en la pronunciación de consonantes en posición de coda silábica

La obra bibliográfica más conocida para aclarar el estatus normativo de las diversas pronunciaciones del español peninsular es la de L. Gómez Torrego, quien desde la publicación del *Manual de español correcto* (1989) no ha dejado de aportar nuevos datos sobre variantes fonéticas y las recomendaciones académicas al respecto (Cf. Gómez Torrego, 2006).

En general, para las consonantes /p, t, k, b, d, g/ en posición final de sílaba se recomienda la pronunciación de una aproximante, censurándose tanto los reforzamientos del punto de articulación (por ejemplo, **o[px]eto* por *o[βx]eto*) como las elisiones. En cuanto a la sonoridad, depende de la consonante siguiente, por asimilación. Debemos mencionar, no obstante, como caso particular, el de la consonante /d/, por cuanto está muy extendida su elisión en los participios acabados en *-ado* y en posición final de palabra (*Madrid, usted*), incluso en casos de habla culta; por el contrario, se considera vulgarismo fónico la elisión si las terminaciones *-ado, -ada, -ador* forman parte de un sustantivo en (*abogado, burrada, administrador*), o si el participio no pertenece al paradigma de la primera conjugación.

Por lo que respecta a las consonantes en posición de coda silábica, la norma acepta la elisión de la primera consonante sólo en los casos de codas complejas. Dicho de otro modo, ortológicamente es posible dejar de pronunciar /b/ en las grupos /bs/+consonante (*abstracto, obstáculo*); pero no lo es en las combinaciones /b/+consonante (**o[x]eto, *o[s]ervar*). Lo mismo sucede con los grupos /ks/+consonante y /k/+consonante: en el fragmento reproducido en (2) se admite la elisión en *expertos, extraterrestre*, pero no en *éxito, existe*. Una excepción la constituyen los dobletes del tipo *septiembre-setiembre*.

(2)
También los amantes de lo paranormal se preparan estos días para llevar a cabo una nueva misión. Tras haberlo intentado en varias ocasiones los e[s]pertos consiguen incorporar a las nuevas naves estacionarias que partirán hacia Marte [...], sensores de movimiento y grabadores de psicofonías que permitan desvelar con *é[s]ito si *e[s]iste o no vida e[s]traterrestre en algún punto del universo [...] (*Informativos Telecinco*, 2/1/07)

Por el contrario, en el grupo /ns/+consonante se recomienda mantener la pronunciación de cada una de las consonantes (**trasporte*). Esta norma se convierte a veces en causa de confusión con otras palabras que comienzan con

*tras-* (por ejemplo, *trastorno*), en las que el hablante comete una ultracorrección, insertando una -n- (**tra[ns]torno*).

A la luz de lo dicho, son errores las articulaciones de (3) identificadas en distintos medios de comunicación:

(3)

a) clu[p] clu[s] (*TVE-1*, 12/07/2000)

b) ...la fiesta de la comunida[θ] el pasado nueve de o[tt]ubre (*Noticias Cuatro*, 15/10/2007)

c) También ha sido afe[tt]ada por las lluvias (*Noticias TVE2*, 11/11/05)

d) El o[px]etivo una vez más [...] (*La Linterna, COPE*, 29/10/03)

e) El o[px]eto de la investigación sobre los fondos reservados es averiguar dónde han ido a parar esos millones (*Informativos Mediodía, Antena 3*, 18/12/01)

f) El tra[s]bordador de la estación espacial (*Noticias TVE*, 8/12/01)

g) ...para que dentro de unos i[s]tantes le contemos cómo está España y el mundo (*Noticias Cuatro*, 15/10/2007)

h) Ese era el tra[ns]fondo que había (*Noticias TVE*, 8/11/05)

## 4.2. Confusión en los grupos vocálicos

En español se ha descrito una tendencia antihiática, observada desde antiguo en lengua poética y en habla coloquial, que ha motivado algunos cambios diacrónicos: *vaina*, del antiguo *vaína*, o *reina*, de *reína*. La tendencia sigue presente en habla dialogada, como demuestran diversos estudios fonéticos basados en el análisis de corpus orales (*cf.* Aguilar, 1997), pero se considera ortológicamente inapropiado si el segmento /i u/ es tónico, y por tanto, se necesita una traslación acentual para formar diptongo: *por ahí* pronunciado **po[ˈrai]*.

También se etiqueta de vulgar la monoptongación de diptongos: **hetero-ge[ni]dad (heterogeneidad)*, **[u]tanasia (eutanasia)*, **[o]tobús (autobús)*. No obstante, pese a carecer de prestigio, en estilos de habla informales este fenómeno de reducción se registra con frecuencia. Los grupos más afectados son los diptongos decrecientes, además de observarse un efecto léxico, por cuanto cier-

tas palabras son más propensas a la monoptongación: es el caso de **[ben]te* por *veinte*, y de todos los derivados de los verbos vocálicos (por ejemplo, **apr[e]tas* por *aprietas*).

En sentido contrario a la tendencia antihiática, verbos como *adecuar*, que en el uso culto se acentúan preferentemente como el paradigma de *averiguar*, han sufrido una traslación acentual, derivando a una acentuación del tipo *actuar*. Cabe mencionar que, en este asunto, las directrices de la Real Academia han cambiado desde su publicación del *Diccionario de la lengua* en 2001 al *Diccionario panhispánico de dudas*. Hasta la aparición del *Diccionario panhispánico de dudas* en 2005, se consideraba error ortológico cualquier pronunciación en hiato del tipo **adec['u.o]* para la forma verbal *adecuo*. Esta recomendación respondía a la regla general que establece que los verbos acabados en *-uar* cuya consonante precedente es velar, tienen diptongos en todas sus formas, mientras que los verbos acabados en *-uar* cuya consonante precedente no es velar, se pronuncian con hiato. Actualmente, el *Diccionario panhispánico de dudas* recoge en la entrada correspondiente a *adecuar* la extensión de la nueva acentuación, y da validez a la misma.

Por último, son ortológicamente inadmisibles los reforzamientos articulatorios de los grupos *hue-* en posición inicial de palabra, con el resultado de una consonante oclusiva: *hueso* pronunciado *[g]ueso o *[b]ueso. No se da un acuerdo tan claro en torno a los grupos *hie-*, puesto que para algunos autores se trata de una alternancia ortográfica con el grupo *ye-*, y que, por tanto, puede pronunciarse del mismo modo. Desde este punto de vista, las palabras *hierro* y *yerro* serían homófonas.

Los casos más frecuentes de confusión en los grupos vocálicos que aparecen en el interior de palabras tienen que ver con: la alternancia monoptongo-diptongo en los verbos vocálicos (4a), cambios vocálicos (4b), hiatización de diptongos (4c), elisión en hiatos (4d). Enumeramos seguidamente ejemplos de nuestro corpus que ilustran algunas de las inconveniencias descritas:

(4)

a) EUA despl[e]ga a sus marines por la zona (*Telediario TVE*, 3/12/01)

b) se debe a la id[eo]sincrasia del pueblo irlandés (*La linterna, COPE*, 9/11/06)

c) ca['u]ce (*Informativos Tele5*, 21/11/07)

d) de la infr[a]stuctura (*Noticias, Antena 3*, 13/11/01)

### 4.3. Vacilación en los contactos vocálicos

Desde un punto de vista ortológico, la sinalefa se considera propia del español, y en ausencia de acento, preferible a la separación silábica. Por el contrario, la elisión se juzga inapropiada. A diferencia de otras lenguas, los manuales del español no incluyen como pronunciación estándar la elisión si las vocales concurrentes son desiguales. Canellada y Madsen (1987) reconocen el proceso, pero únicamente en el interior de determinadas frases hechas o si la velocidad de elocución es rápida. El fenómeno de elisión de una vocal por contacto con otra vocal perteneciente a una forma léxica diferente sólo se menciona en las gramáticas como proceso histórico (*de el* > *del*) o relegado a registros vulgares: *me aburro* pronunciado **[ma]burro*.

Ahora bien, lo que es una tendencia muy sobresaliente en los datos procedentes de habla informal y relajada, muestra una dirección contraria en el español de los medios de comunicación, donde, como consecuencia del exceso de acentos enfáticos situados a lo largo de la frase, desaparecen las sinalefas (incluso a veces en los artículos contractos). Algunos de los ejemplos son los transcritos en la serie (5a-d).

(5)

a) inform[e..o]ficial (*Telediario TVE*, 17/10/07)

b) treinta y nuev[e.e]ridos (*Noticias Cuatro*, 15/10/07)

c) d[e.e]l Corte Inglés (*Protagonistas, Punto Radio*, 12/12/06)

d) El primero critica [a.el] PSOE (Mediodía COPE, 3/12/2000)

## 5. Para acabar

Como se desprende de todo lo anteriormente dicho, la tarea de definir un estándar de pronunciación del español es fundamental para su aplicación en la labor profesional de los comunicadores en radio y TV. No obstante, dicha tarea solo se ha acometido desde la enumeración de rasgos muy generales, tomando como criterios de clasificación principales el prestigio y la extensión del fenómeno. No disponemos aún de obras de conjunto sobre las variedades de la lengua que permitan hacer apreciaciones certeras sobre qué se entiende por estándar y cuáles son los rasgos que le definen en el ámbito fónico.

Sin ocuparnos de los dialectos llamados arcaicos, por proceder directamente del latín, o de otras variedades con historias particulares, como el judeoespañol, en la clasificación de las variantes del español parece darse acuerdo en torno a la existencia de dos grandes normas lingüísticas: la castellana (del centro-norte peninsular) y la meridional (del sur peninsular, Canarias e Hispanoamérica). En el plano fónico, la distinción se funda principalmente en la existencia o ausencia de la oposición [s] / [θ], si bien pueden describirse otros fenómenos como: la realización aspirada de la consonante fricativa velar /x/, la aspiración de la -s en posición final de sílaba o la diferente división silábica del grupo consonántico -*tl*-.

Ahora bien, la enorme extensión geográfica que ocupa la lengua española en el territorio hispanoamericano deja insuficiente esta división. Para tener una delimitación dialectal de todo el ámbito se requieren conocimientos detallados de sus isoglosas, que solo pueden obtenerse por estudios de geografía lingüística, y aunque hay un gran volumen de trabajo dedicado a la confección de atlas lingüísticos (por ejemplo, los dirigidos por M. Alvar), todavía no se dispone de una visión general del plano fónico en el español de América.

Tomar las fronteras nacionales como variable fundamental para establecer los límites dialectales no es la mejor opción, ya que muchos de los fenómenos fónicos no tienen en cuenta esas fronteras. Por ello, Moreno Fernández (2000) agrupa rasgos caracterizadores de cada una de las siguientes áreas, además del español castellano, español de Andalucía y español de Canarias: español del Caribe, español de México y Centroamérica, español de los Andes, español de la Plata y el Chaco, español de Chile. Ahora bien, pese a las limitaciones que puede comportar una separación por fronteras nacionales, la exposición en monografías como las de Canfield (1981), Fontanella de Weinberg (1992), Lipski (1994) y en casi todos los capítulos de la obra de Alvar (dir.) (1996), adquiere un valor descriptivo y de consulta que es el que, a menudo, necesitan los hablantes.

Si convenimos, por tanto, en la dificultad de identificar las variedades dialectales, parece todavía más difícil llegar a seleccionar de entre todos los fenómenos posibles, aquellos que podemos considerar integradores de un estándar oral. Sin duda, se hace evidente la necesidad de continuar trabajando en una definición, desde un ámbito integrador de la vertiente teórica y la vertiente aplicada de la lingüística, que identifique los rasgos que son privativos y no privativos del sistema. De esta tarea se han de beneficiar no solo los profesionales de los medios de comunicación, sino también otros mediadores lingüísticos, como los traductores. A título ilustrativo, cabe mencionar la ley argentina sobre usos lingüísticos, de 1986, que establece el uso obligatorio de *castellano neutro* en el doblaje y subtitulado de películas. Según esta ley, «se entenderá por castellano

neutro al hablar puro, fonética, sintáctica y semánticamente, conocido y aceptado por todo el público hispanohablante, libre de modismos y expresiones idiomáticas de sectores». El fin de esta ley es meramente comercial, y pretende que las películas dobladas en Argentina sean lo más exportables posible.

Asimismo, el tipo de lengua que debe enseñarse es una pregunta fundamental en la enseñanza de la pronunciación a los escolares y a los estudiantes de español como lengua extranjera. La tendencia en los manuales de español para extranjeros es llegar a un uso de la lengua basado en la norma académica. Ahora bien, esta opción limita la competencia comunicativa del aprendiz puesto que, por un lado, hay usos considerados incorrectos, aunque de ámbito generalizado y aceptados como normales, y por otro lado, el uso normativo es raro en ciertas situaciones comunicativas de cercanía o familiaridad.

Cabe reflexionar, por último, si el concepto de hablante-oyente ideal, introducido por Noam Chomsky y comúnmente aceptado desde entonces en la lingüística teórica, tiene sus bases empíricas en el concepto de estándar: nos referimos al hablante que obtenemos al abstraer de cada habla particular todo aquello que supone la impronta individual y quedarse solo con las características que comparten todos los hablantes de la misma comunidad y que hacen posible la inteligibilidad de las hablas particulares.

No ha sido el propósito de este texto dar respuesta a estas cuestiones, pero sí ofrecer algunos elementos de reflexión que nos permitan seguir avanzando en el proceso de creación de un estándar oral del español.

## Bibliografía

Aguilar, L. (1997): *De la vocal a la consonante*, Santiago de Compostela: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Santiago de Compostela.

Allas, J. M. y L. C. Díaz (2004): *Libro de estilo Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía*, Sevilla: RTVA.

Alvar, M. (1982): *La lengua como libertad*, Madrid: Ed. Cultura Hispánica del ICI.

Alvar, M. (dir.) (1996): *Manual de dialectología hispánica. El español de América*, Barcelona: Ariel.

Ávila, R. (1997): «Televisión internacional, lengua internacional», en *La lengua española y los medios de comunicación (Actas del Primer Congreso Internacional de la Lengua Española)*, México: Ed. Siglo XXI, 1998.

Ávila, R. (2001): «Los medios de comunicación masiva y el español internacional», *Actas del II Congreso Internacional de la Lengua Española*, en

http://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/publicaciones_espanol/congresos_lengua/congreso_valladolid_2001.htm.

Ávila, R. (2003): «La pronunciación del español: medios de difusión masiva y norma culta», *Nueva Revista de Filología Hispánica*, LI, pp. 57-79.

Canellada, M. J. y J. K. Madsen (1987): *Pronunciación del español*, Madrid: Castalia.

Canfield, D. (1981): *Spanish Pronunciation in the Americas*, Chicago: The Univ. of Chicago Press., trad. castellana: *El español de América: Fonética*, Barcelona: Crítica, 1981.

CNN en Español (2002): *Manual de estilo y referencia. CNN en español*, CNN.

Demonte, V. (2003): «La esquiva norma del español. Sus fusiones y relaciones con la variación y el estándar», *Simposio «Variación e Prescrición»*, Instituto da Lingua galega / Univ. de Santiago de Compostela.

DPD (2005): Real Academia Española, *Diccionario panhispánico de dudas*, Madrid: Santillana; en línea, http://www.rae.es/.

Fontanella de Weinberg, M.ª B. (1992): *El español de América*, Madrid: eMapfre.

Gómez Font, A. (2002): «Una guía del español internacional: los libros de estilo de los medios de comunicación», *El español, lengua de traducción. Actas del I Congreso internacional*, Madrid: Comisión Europea y Agencia Efe.

Gómez Torrego, L. (2002): *Nuevo manual de español correcto*, Madrid: Arco / Libros.

Gómez Torrego, L. (2006): *Hablar y escribir correctamente. Gramática normativa del español actual*, Madrid: Arco / Libros.

Julià i Muné, J. (2005): *Fonètica aplicada catalana: dels fonaments a les aplicacions de les ciències fonètiques*, Barcelona: Ariel.

Lipski, J. M. (1994): *El español de América*, Madrid: Cátedra.

Martínez Celdrán, E. y A. M. Fernández Planas (2007): *Manual de fonética española*, Barcelona: Ariel Lingüística.

Mendieta, S. (1993): *Manual de estilo de TVE*, Madrid: Labor.

Millán, J. A. (1997): «El español en las redes globales», *I Congreso Internacional de la Lengua Española*, 1997. Publicado en *La lengua española y los medios de comunicación (Actas del Primer Congreso Internacional de la Lengua Española)*, México: Siglo XXI, 1998.

Moreno Cabrera, J. C. (1991): *Curso universitario de lingüística general. Tomo I: Teoría de la gramática y sintaxis general*, Madrid: Síntesis.

Moreno Cabrera, J. C. (2000): *La dignidad e igualdad de las lenguas*, Madrid: Alianza Editorial.

Moreno Fernández, F. (2000): *Qué español enseñar*, Cuadernos de Didáctica del español / LE, Madrid: Arco Libros.

Narbona Jiménez, A. y R. Morillo Velarde (1987): *Las hablas andaluzas*, Córdoba: Publicaciones del Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Córdoba.

Navarro Tomás, T. (1918): *Manual de pronunciación española*, Madrid: Publicaciones de la *Revista de Filología Española*, 23.ª ed., 1989.

Onda Cero Radio (1996): *Guía de estilo Onda Cero Radio*, Madrid: Onda Cero Radio.

Quilis, A. (1993): *Tratado de fonología y fonética españolas*, Madrid: Gredos.

Ríos Mestre, A. (1998): *La transcripción fonética automática del Diccionario Electrónico de Formas Simples Flexivas del Español: un estudio fonológico en el léxico*, tesis doctoral, UAB. Disponible en http://elies.rediris.es.

Telemadrid (1993): *Libro de estilo de Telemadrid*, Madrid: Telemadrid.

Tubau, I. (1993): *Periodismo oral*, Barcelona: Paidós PC.

Santiago Alcoba (coord.), Ramón Sarmiento, José Manuel Pérez Tornero *et al.*; ed. Margarita Freixas, María J. Machuca y José María Perceval, Barcelona, 2009. Publicación electrónica en http://mediamentor.org/es/publications
ISBN: 978 - 84 - 692 - 3369 - 6

# LIBROS DE ESTILO DE MEDIOS AUDIOVISUALES EN CATALÁN*

Daniel Casals Martorell
*Universitat Autònoma de Barcelona*

Este artículo tiene el objetivo de presentar el panorama de libros de estilo de medios de comunicación audiovisuales que tienen como lengua vehicular el catalán. Este trabajo no tiene, pues, pretensiones de exhaustividad, sino de radiografía de la realidad en este ámbito. El presente artículo se estructura en cinco apartados: el primero trata sobre la definición, los objetivos, el contenido y el entorno de un libro de estilo según el carácter de las principales obras de este tipo que se han desarrollado en los territorios catalanohablantes. El segundo apartado expone el contexto político-social en el que se han venido desarrollando los libros de estilo de los medios de comunicación que se expresan en catalán. El tercer apartado recoge los principales rasgos de los libros de estilo existentes de *media* en catalán. El cuarto apartado se ocupa de una nueva generación de los libros de estilo a partir del ejemplo del portal *ésAdir*. El quinto apartado de este trabajo expone las conclusiones que se derivan del estudio realizado.

* Un estudio, actualmente en curso de elaboración, de Mila Segarra y del autor de este trabajo, analizará con mayor exhaustividad el contenido y las tendencias de los libros de estilo de los medios de comunicación de masas que se expresan en catalán. Agradezco a Oriol Camps y a Maria Alba Agulló los datos que me han facilitado en relación a la consulta y recepción del portal electrónico *ésAdir*.

## 1. Definición, objetivos, contenido y entorno del libro de estilo

Lo que conocemos con el nombre de *libro de estilo* o *manual de estilo* suele responder al establecimiento, de manera explícita, de un compendio de criterios de funcionamiento en el seno de una organización. En cada corporación, institución o empresa, el libro de estilo se tiene que decantar por atender las necesidades específicas del sector en el que se encuadra la actividad de la organización que se lo propone. En este marco, pues, el libro de estilo es una herramienta al servicio de unos profesionales para el ejercicio de sus funciones. En las organizaciones complejas, como la de una administración pública o un medio de comunicación de masas, es especialmente útil un compendio de estas características, porque una medida como ésta –un libro de estilo– tiene el objetivo de evitar la heterogeneidad de usos y velar por la unidad de acción, lo que aporta calidad al producto ofrecido y, al mismo tiempo, afirma la (buena) imagen de la organización.

De hecho, se puede afirmar sin tapujos que disponer de un libro de estilo revela la voluntad de dejar definida una determinada (buena) imagen corporativa ante la sociedad y, al mismo tiempo, de proyectarla en el servicio o en el producto que se comercializa por medio de la aplicación de los criterios que se fijan en un compendio de estas características. Tener un libro de estilo es incorporar una marca de calidad. Dado que atiende necesidades sectoriales, un libro de estilo nace de los esfuerzos de profesionales de un ámbito determinado y, en lo que respecta a la parte comunicativa, también de filólogos y de lingüistas. Un libro de estilo se tiene que llevar a cabo aprovechando las sinergias entre estos profesionales.

Entre las empresas de nuestro entorno que disponen de libro de estilo publicado en catalán las hay del sector financiero, como el *Llibre d'estil de la Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona*; del ámbito universitario, con ejemplos como *El llibre d'estil i documents d'ESADE* (1994), el *Llibre d'Estil de la Universitat Pompeu Fabra* (1996) y el *Llibre d'estil de les webs de la UPC* (1998), y en el de las administraciones públicas destaca el *Llibre d'estil de l'Ajuntament de Barcelona* (1995) y el *Llibre d'estil de l'Ajuntament de Mollet del Vallès*. Y todavía disponemos de la *Guia d'estil per a la traducció de software i pàgines web al català* y también del *Manual d'estil del Servei Meteorològic de Catalunya*, una herramienta también útil para los hombres y para las mujeres del tiempo de televisión y de radio, y para las secciones de meteorología de los diarios.

## 2. El contexto político-social catalán y su influencia en los libros de estilo

La pérdida de la oficialidad del catalán durante el periodo franquista lo apartó de los usos públicos, una medida que afectaba a su presencia en los medios de comunicación. El catalán tuvo entrada en este ámbito cuando las autoridades lo toleraban y su presencia iba aumentado a medida que el régimen se debilitaba. Así, pues, en Cataluña se pudieron oír espacios radiofónicos, básicamente de temática folclórica o religiosa, especialmente a partir de las décadas de los cincuenta y de los sesenta, como *La Veu de la Parròquia* (1953), de Ràdio Taradell, y *Nosaltres els valencians*, emitido durante la década de los sesenta por Radio la Plana, entre otros. También se pudo oír algún informativo de carácter cultural en los últimos años de la dictadura. Nos referimos a espacios como *En totes direccions* (1971) y el *Dietari* (1974-1977), emitidos por Ràdio Barcelona.

A partir del momento en el que se recuperó el catalán para la radio y se pretendió introducirlo en la televisión durante la transición, se vivió un debate para decidir cuál era el modelo de lengua más válido para los medios de comunicación audiovisual. En aquella polémica, existían, básicamente, dos posiciones enfrentadas. La primera tomaba como patrón la normativa de la lengua: aquellas soluciones que se encontraban en el elenco normativo eran válidas, pero no las que no se recogían en él. Este fue el caso del diario *Avui* entre el año 1976 y en 1986, cuando Joan Fortuny era el jefe de correctores. Fue un modelo muy diferente del que a partir de 1987 puso en funcionamiento Ricard Fité, cuando un profesor de esta casa, Santiago Ramentol, era el director de este rotativo. Asimismo, el modelo de catalán que puso en antena Radio 4 y Televisión Española en Cataluña no era el mismo que más tarde pusieron en marcha primero Cataluña Radio y después TV3, cuando fueron creadas en 1983. Las primeras eran también partidarias de un modelo de corte normativista; las segundas, en cambio, se decantaron por un estilo cercano al habla, preferentemente del área de Barcelona.

Después de la proscripción de la lengua del ámbito público durante el franquismo, los medios de comunicación de masa en catalán se convirtieron en unos actores fundamentales en el proceso de normalización de la lengua propia de Cataluña. De hecho, fueron concebidos para contribuir a normalizar la lengua catalana, un extremo que se fijó en sus estatutos fundacionales, así como la protección de las diversas modalidades territoriales de la lengua catalana. Este hecho determinó que la elaboración de libros de estilo en el ámbito catalán se decantara por una opción claramente lingüística, para resolver las

dudas de los periodistas. Eso ha provocado que algunos libros de estilo sean sólo libros de lengua.

Creemos que esta realidad, lejos de desmerecer a estas obras, lo que hace es resaltar su carácter de herramienta al servicio de unos profesionales, los periodistas, en el caso que nos ocupa, porque cuando el catalán fue recuperado para la radio y situado en la televisión se confió, entre otros, a profesionales que habían desarrollado su trabajo antes en castellano. Se les debía ayudar, pues, a mejorar unas habilidades expresivas que no les había transmitido el sistema escolar y que se habían aventurado a poner en práctica, básicamente, porque el catalán era su lengua materna. El contexto socio-político fue, pues, determinante para la tipología de libros de estilo que se han desarrollado en los territorios objeto de estudio y que, justamente por ese motivo, ha resultado ser diferente de la puesta en práctica en otros ámbitos y en otros países. En este volumen se mencionan ejemplos de libros de estilo que toman una opción periodística y lingüística al mismo tiempo. Es el caso del libro de estilo de *El País* (2002). Este prontuario incluye una parte periodística. A modo de ejemplo, el primer capítulo («Principios», 1.17, p. 20) aclara qué es el *off de récord*. El capítulo 2 está dedicado a los géneros periodísticos (pp. 27-26). Tras la parte periodística, incluye secciones de lingüística, como el capítulo 12, sobre algunas normas gramaticales (pp. 141-150). Basta con estos ejemplos.

Volvamos atrás. Faltos de una normativa para el estándar oral, los primeros pasos para la elaboración de unos criterios de ortología del catalán los hizo la Dirección General de Política Lingüística en colaboración con un grupo de profesores de lengua catalana de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, Josep Anton Castellanos, Elvira Teruel y Anna M. Torrent. Bien, pues, la primera fase en la elaboración de los libros de estilo de los medios en catalán se caracterizó por la opción básicamente, y en algunos casos *únicamente*, lingüística. Es el caso del *Avui* (1997). También fue la opción del manual de Catalunya Ràdio (1992 [2001]), el prontuario *Orientacions per a l'ús de la llengua a Catalunya Ràdio y RAC* (1986a), *Principals faltes davant del micròfon* (1986b) y el texto refundido y ampliado de ambos, titulado *Orientacions lingüístiques* (1993 [2001]). Asimismo, Televisió de Catalunya tomó la misma decisión, tanto en su libro de estilo (1995) como en los *Criteris sobre traducció i doblatge* (1997), además de adoptarla en una publicación que TVC había publicado antes, *Orientacions lingüístiques*, primero, y también en el cuaderno *És a dir*, a partir del año 1988.

En nuestro entorno los libros de estilo han proliferado durante las dos últimas décadas. Muchos medios audiovisuales han elaborado uno para su uso interno. Son menos, sin embargo, los que han decidido publicarlo. Entre los que tomaron la opción de dar a conocer sus criterios, recordamos los que

hemos advertido. Entre los primeros, podemos contar las emisoras radiofónicas de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales, las referidas *Orientacions lingüístiques* (1992 [2001]).

## 3. Libros de estilo de los media en catalán

En este apartado repasamos sucintamente los principales libros de estilo de los medios de comunicación audiovisuales que se expresan en catalán. La radio es objeto del primer subapartado y la televisión, del segundo.

### 3.1. La radio pública

En 1986 Ricard Fité terminó dos documentos mecanografiados que se dirigían a periodistas y lingüistas de la casa, pero que también acabaron circulando por las universidades y por otros medios de comunicación. Estos documentos se titulaban *Orientacions per a l'ús de la llengua a Catalunya Ràdio i RAC* y *Principals faltes davant el micròfon*, y recogían la experiencia de los primeros tres años de emisiones, de 1983 a 1986. Más tarde, en 1992, Oriol Camps refundió estos dos documentos en las *Orientacions lingüístiques*, que vieron diferentes versiones hasta la última del año 2001 (Casals, 2000).

El año 2000 el filólogo Josep Cornudella redactó un libro de estilo para Ona Catalana. Este manual –también de uso interno– tiene dos partes, ambas referidas a las normas lingüísticas. Una es un documento breve titulado *Avanç del llibre d'estil d'Ona Catalana* y la otra es la *Guia d'usos lingüístics*. En la emisora RAC1, el Servicio de Asesoramiento Lingüístico está trabajando conjuntamente con los Servicios Informativos en una herramienta con la que los periodistas puedan hacer consultas de lengua. Está integrada en la misma base en la que se almacenan los teletipos de agencia. Las búsquedas lingüísticas se hacen por medio de una palabra clave. El objetivo de este sistema, según nos ha hecho saber la responsable del Servicio de Asesoramiento Lingüístico de RAC1, es que los periodistas «inviertan cuanto menos tiempo mejor en el momento de hacer las consultas» y que sean autosuficientes. Paralelamente, se está trabajando en un libro de estilo, que incluye una parte lingüística y otra periodística. Este compendio de criterios está hecho a partir de las dudas y de los errores de la experiencia, y tiene la voluntad de no recoger lo que ya reúnen los demás libros de estilo, con el fin de aportar luz sobre temas nuevos y no repetirse.

Por otra parte, COMRàdio ha contado, desde enero de 2007, con un libro de estilo, de uso interno, pero divulgado en el ámbito universitario, que

se publicó en 2008. Es obra del lingüista Rudolf Ortega, responsable de asesoramiento lingüístico de esta emisora. Según su autor, este libro de estilo tiene el objetivo de «procurar que el lenguaje de los informativos de COMRàdio sea próximo, ágil, eficaz y, sobre todo, comprensible» (Ortega 2007: 7). Es meritorio que este libro de estilo haga un paso adelante e incluya una parte periodística, que reposa en tres ejes: la organización de la redacción, los géneros periodísticos informativos y la redacción de noticias. Se añaden observaciones sobre la música y el sonido, tan importantes en la radio.

Junto a la parte periodística, el libro de estilo de COMRàdio incluye una parte lingüística, que recoge criterios sobre convenciones, como, por ejemplo, las expresiones temporales, las cifras, las siglas, los nombres de lugar y las competiciones deportivas, entre otras. Un capítulo se dedica a las cuestiones gramaticales, pero no es una gramática, sino una recopilación de criterios hechos a partir de la experiencia, para que sea útil a sus destinatarios, los periodistas que escriben noticias y los asesores lingüísticos que las revisan. El manual de esta emisora incorpora todavía unos anexos con cuestiones de actualidad como el nombre de los países del mundo, las comarcas, las capitales y los gentilicios, los nombres de los consejeros, ministros y comisarios, y también de los clubes de fútbol.

## 3.2. La televisión

En 1995 Televisió de Catalunya publicó su libro de estilo, *El català a TV3. Llibre d'estil*, un trabajo que fue reforzado por un libro que contiene criterios para la traducción y el doblaje, al que ya nos hemos referido anteriormente. La opción que tomó la televisión pública catalana en estas obras fue estrictamente lingüística.

En el País Valenciano, tenemos que mencionar un compendio de criterios elaborado por el lingüista Toni Mollà, que fue responsable de esta materia en Canal 9. Se titula *La llengua dels mitjans de comunicació*, publicado en 1990 por la editorial Bromera. Fueron los primeros criterios de lengua aplicados a Canal 9. Actualmente, los profesionales de este canal y de la radio valenciana trabajan con un documento de uso interno en el que se fijan criterios de lengua.

Es más reciente el *Llibre d'estil d'IB3*, el canal de televisión autonómico de las Islas Baleares. Es obra de Maria Antònia Puigròs y de Catalina Company. Se publicó en 2006 y se elaboró por encargo del Consorcio para el Fomento de la Lengua Catalana y la Proyección Exterior de la Cultura de las Islas Baleares. Esta obra se adscribe básicamente a la opción lingüística, aunque ya incluye algunas características del lenguaje periodístico, en el capítulo 1 (pp. 21-

24). Sería un ejemplo de ello el criterio que desaconseja el uso de las estructuras pasivas perifrásticas.

El resto se ocupa de cuestiones de preceptiva y descripción lingüística. Incluye fonética (2), morfología y sintaxis (3) y también vocabulario general (4). Según afirman sus autoras, el objetivo de esta obra «es dar algunas orientaciones lingüísticas a los profesionales del Ens Públic de Ràdio i Televisió de les Illes Balears (IB3 Ràdio i IB3 Televisió)» (p. 15). Es el segundo libro de estilo que se hace para un medio audiovisual de las Islas Baleares, porque el primero fue el del Consejo de Mallorca, destinado a la Televisión de Mallorca. Está elaborado por Neus Picó y Magdalena Ramon y está revisado por el doctor Joan Miralles, de la Universidad de las Islas Baleares. Con respecto a Televisión Española en las Islas Baleares, existe todavía un opúsculo de uso interno de cinco hojas mecanografiadas con criterios estrictamente lingüísticos, elaborado por el profesor Gabriel Bibiloni el año 1983.

## 4. Una nueva generación de libros de estilo

Otro libro de estilo al que nos queremos referir es el *ésAdir*, localizable en http://esadir.cat. Se trata del nombre del portal en el que la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals ofrece su libro de estilo, su modelo de lengua. Se empezó a trabajar en él el año 2003 y se presentó públicamente el 9 de febrero de 2006. El *ésAdir* contiene los criterios de *El català a TV3. Llibre d'estil* (1995 [1998]²), *Criteris lingüístics sobre traducció i doblatge* (1997), *Orientacions lingüístiques* (1992 [2001]) y *Llibre d'estil de CCRTV Interactiva* (2005), según consta en la presentación de dicho portal.

La formalización de un libro de estilo en formato electrónico ofrece unas ventajas notables respecto a la edición en papel. Por una parte, permite que sus editores puedan actualizar estas herramientas. Si conviene, un criterio se puede modificar o se puede suprimir, o se puede introducir otro nuevo. Se pueden actualizar o añadir ejemplos. Así, el libro de estilo se convierte en una herramienta eficaz para los periodistas, en la que pueden consultar sus dudas. También és útil para los lingüistas, que tienen que recurrir a él cuando (1) asesoran a los periodistas y (2) corrigen sus textos.

El *ésAdir* se adscribe al grupo de libros de estilo con una opción únicamente lingüística. Sus criterios se agrupan entorno a siete grupos: «Modelo de lengua», «Gramática», «Léxico», «Topónimos», «Nombres propios», «Convenciones», «Doblaje» y «Otras lenguas». Dispone además de un menú de dos ayudas: de transcripción fonética y sobre la búsqueda. Para aportar agilidad a las consultas, en la página principal el usuario puede encontrar un campo de

búsqueda en el que puede indicar la palabra o las palabras sobre las que desea localizar criterios. Las búsquedas se pueden llevar a cabo por entrada, se pueden realizar de manera ampliada y también se pueden efectuar a través del buscador de películas. Veamos la página principal en la que consta el campo de búsqueda:

Figura 1. Página de acceso al portal lingüístico *ésAdir* (http://esadir.cat)

La voluntad de servicio público del ente en el cual se elabora el *ésAdir* confiere a esta herramienta una dimensión que va más allá de los medios que lo apadrinan. Así, si bien el *ésAdir* se dirige a «los profesionales de nuestros medios, especialmente a los redactores, locutores, traductores y dobladores», este portal también es útil para el público interesado en cuestiones lingüísticas, especialmente las de actualidad: estudiantes y profesores universitarios, para la academia, para los otros medios de comunicación que no tienen libro de estilo o que no han dictaminado sobre una u otra cuestión, etc. Es la voluntad de servicio público lo que hace que una herramienta como el libro de estilo no sólo esté pensada para un uso corporativo, sino que también esté disponible para toda la sociedad en general. Hoy, con el acceso más o menos generalizado a Inter-

net, el *ésAdir* está disponible para todo el que quiera acceder desde su casa, desde el trabajo, desde la universidad, desde donde se encuentre...

La incorporación de las nuevas tecnologías de la información para formalizar el libro de estilo de los medios públicos de la Generalitat de Catalunya ofrece otra ventaja. Se trata de la incorporación de sonido, que la versión impresa sólo puede incluir con un CD. El primer sistema ofrece claramente una continuidad en el documento que no posibilita el segundo, que obliga a dejar la lectura para consultar los ficheros de sonido. Eso en teoría, porque, de hecho, los dos libros de estilo no incluyen CD. Además, el tiempo dedicado a la consulta es menor en la primera opción, un factor que se tiene que tener mucho en cuenta si tenemos presente la rapidez con la que se trabaja en las redacciones de los medios de comunicación. En la imagen que ofrecemos a continuación, se puede ver que el *ésAdir* ofrece ficheros de sonido para saber la pronunciación de topónimos del mundo («Topònims del món»):

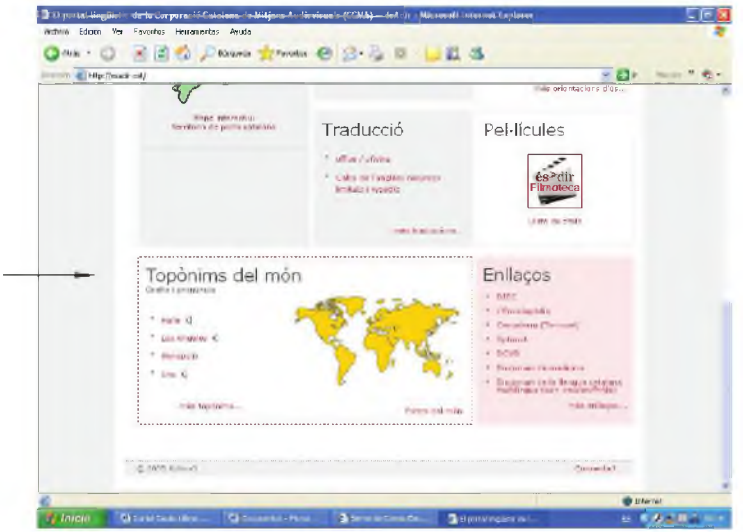



Figura 2. Sección «Topònims del món» del portal lingüístico *ésAdir* (http://esadir.cat) en la que se incorporan ficheros de sonido

La tercera ventaja de un portal electrónico hace referencia a la audiencia del libro de estilo. Con la impresión en papel podíamos saber cuáles eran

los sectores a los que se podía dirigir, una cuestión que los editores tienen en cuenta a la hora de comercializarlo, ya que incluso deciden el tiraje. Ahora en cambio, con un libro de estilo en línea, podemos conocer cifras exactas de su recepción. Un salto cualitativo, sin lugar a dudas. Hablemos, pues, de la recepción del *ésAdir*. Disponemos de datos significativos que nos ha facilitado la misma Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

El mes de octubre de 2007 se registraron 29.108 visitas al *ésAdir*. En noviembre ascendieron a 29.373. Sabemos también que entre el 19 de noviembre y el 23 de diciembre se registraron 33.428, que descienden a 24.160 visitas en el periodo comprendido entre el 1 y el 31 de diciembre de 2007. Según Oriol Camps, asesor lingüístico de la CCMA, este descenso se debe al cese del periodo docente por el inicio de las vacaciones de Navidad. Niveles aún más bajos se detectan en meses como mayo, cuando finaliza el curso escolar universitario, con 22.624 consultas, y en septiembre, con 19.214, mes previo al comienzo de las clases. En el gráfico siguiente podemos observar el número de visitas en relación con las páginas vistas y el número de usuarios.

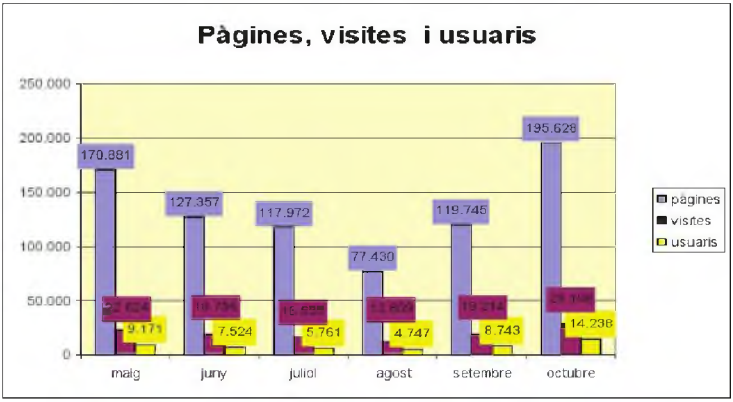



Figura 3. Número de páginas, visitas y usuarios del portal lingüístico *ésAdir* (http://esadir.cat)

Entre mayo y octubre se registra un aumento de visitas del 28,66%, pero del 14,48% en cuanto a las páginas vistas. Por otra parte, la media de páginas que corresponde a las visitas efectivamente interesadas sube hasta el 9,67%, una vez descontado el 33,98% de abandonos (9.868 visitas), es decir, de consultas de una sola página.

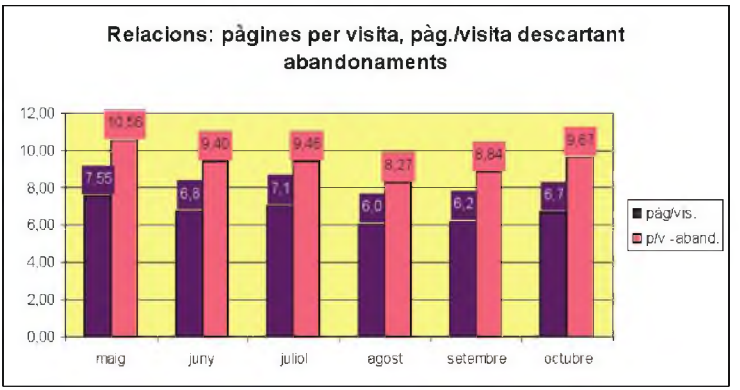



Figura 4. Comparación entre las páginas visitadas y las páginas visitadas descartando abandonos del portal lingüístico *ésAdir* (http://esadir.cat)

A partir de los dos gráficos anteriores, es interesante observar, en el gráfico que hay en la imagen inferior, la relación entre las visitas por usuario, las páginas vistas por usuario en un mes y las páginas vistas por usuario también en un mes descartando abandonos, que aumentan considerablemente cuando los usuarios son menos.

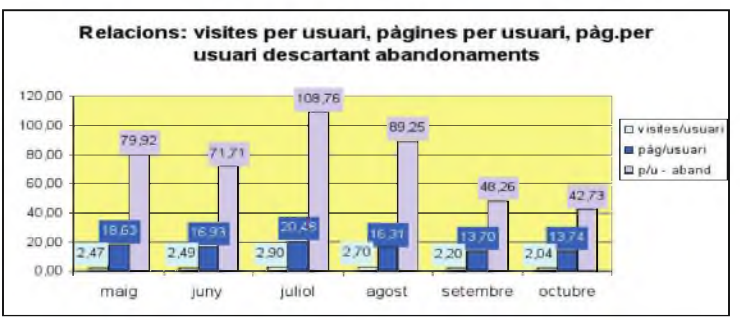



Figura 5. Comparación entre las visitas por usuario, páginas por usuario y páginas por usuario descartando abandonos del portal lingüístico *ésAdir* (http://esadir.cat)

Este otro gráfico nos muestra la media de páginas por usuario, que se sitúa entre dos y tres, una vez descartados los abandonos. Con respecto a la procedencia de las consultas, la mayoría provienen del Estado español, 27.882; y también hay de Andorra, 318; de los Estados Unidos de América, 158; de Francia, 81; de Italia, 84; de Alemania, 78; de Gran Bretaña, 65; y de México, 46.

Está previsto que los usuarios propongan temas para que se incluyan en el *ésAdir*. Las cuestiones planteadas por los usuarios se someten a la consideración de un foro de lingüistas de la casa para que digan cuándo son suficientemente maduras para incorporarse al portal *ésAdir*. Además, el *ésAdir* dispone de un editor y de un consejo formado por lingüistas de la CCMA. La última ventaja del *ésAdir* a que me referiré es la facilidad de conversión del contenido de esta herramienta en un corrector que se pueda aplicar a los textos de las emisoras de radio y a los canales de televisión de la CCMA, como por ejemplo las webs y los textos informativos. Actualmente se está trabajando en ello.

## 5. Conclusiones

Las conclusiones de este trabajo ponen de manifiesto que los libros de estilo de los medios audiovisuales que emiten en catalán:

1. Responden a un perfil determinado por las circunstancias políticas, sociales y culturales de los territorios en los que están adscritos los medios de comunicación que los elaboran.

2. Tienen, en una primera fase, un contenido básicamente lingüístico a causa del proceso de normalización de la lengua catalana.

3. Mantienen y actualizan el contenido lingüístico, y algunos prontuarios evolucionan, en una segunda fase, hacia la inclusión de criterios periodísticos.

4. Tienen la voluntad de proyectar una determinada imagen corporativa del ente, empresa o institución que los promueve.

5. Encuentran, más recientemente, en Internet unas ventajas de explotación mucho más generosas, como la actualización permanente, el control numérico de la recepción y la agilidad de consulta.

## Bibliografía

Avui (1997): *Avui. Llibre d'estil*. Barcelona: Edicions 62.

Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona (1991): *Llibre d'estil*, dirigit per Joan Solà, coordinat per Jaume Gibert i redactat per Daniel Cassany, Barcelona: Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona.

Casals, Daniel (2000): «Les *Orientacions lingüístiques* de Catalunya Ràdio», en Joan Julià *et al.* (2000): *Llengua i mitjans de comunicació*. Lleida: Pagès, pp. 247-257.

Casals, Daniel (2001): «El llenguatge dels *mèdia* com a transmissor de valors ideològics, socials i culturals», *Trípodos*, 9, pp. 57-76.

Casals, Daniel (2002): *La llengua catalana sobre rodes. Manual d'estil del transport terrestre*. Benicarló: Edicions Alambor (Llengua i país, 8).

Casals, Daniel (2003): *El català en antena. 20 anys construint el model lingüístic de Catalunya Ràdio*. Benicarló: Onada Edicions (La nau, 1).

Casals, Daniel (2007): *Ràdio en català. Contribució de Catalunya Ràdio a la creació d'un llenguatge radiofònic per als informatius*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat (Milà i Fontanals, 55).

Catalunya Ràdio (1986*a*): *Orientacions per a l'ús de la llengua a Catalunya Ràdio i RAC* [ejemplar de uso interno].

Catalunya Ràdio (1986*b*): *Principals faltes davant del micròfon* [ejemplar de uso interno].

Catalunya Ràdio (1992 [2001]): *Orientacions lingüístiques* [ejemplar de uso interno].

CCRTV Interactiva (2005): *Llibre d'estil de la CCRTV Interactiva*. Barcelona: CCRTV Interactiva.

Company, C. y M. A. Puigròs (2006): *Llibre d'estil d'IB3*. Palma: Consorci per al Foment de la Llengua Catalana i la Projecció Exterior de la Cultura de les Illes Balears, Televisió de les Illes Balears.

Coromina, Eusebi (1991 [1995]$^{2}$): *Manual de redacció i estil d'El 9 Nou*. Vic: Eumo i Premsa d'Osona.

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (2006): *ésAdir*. http://esadir.cat.

Diari de Barcelona (1987): *Un model de llengua pels mitjans de comunicació*. Barcelona: Empúries.

El Periódico de Catalunya (2002): *Llibre d'estil d'«El Periódico de Catalunya»*. Barcelona: Primera Plana.

ESADE (1994): *Llibre d'estil i documents d'ESADE*. http://www.esade.es.

Fabra, Pompeu (1918, 1933$^{7}$, 1995): *Gramàtica catalana*, ed. facsímil. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.

Fabra, Pompeu (1917, 1923, 1931, 1937): *Diccionari Ortogràfic*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.

Fabra, Pompeu (1932): *Diccionari general de la llengua catalana*. Barcelona: Edhasa.

Fabra, Pompeu (1956): *Gramàtica catalana*. Barcelona: Teide.

Faura, Neus (1998): *Llenguatge i futbol: la innovació lèxica a les cròniques i les retransmissions futbolístiques*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat (Biblioteca Abat Oliva, 202).

Frigola, Enric (1993): «La represa de la ràdio en català», en *Annals de periodisme català. 70 anys de ràdio*. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya, pp. 86-95.

Haugen, Einar (1983): «The implementation of Corpus Planning», en Juan Cobarrubias y Joshua A. Fishman, eds., *Progress in Language Planning. International Perspectives*. Berlín-Nueva York-Amsterdam: Mouton.

Institut d'Estudis Catalans (1990a): *Proposta per a un estàndard oral de la llengua catalana. I Fonètica*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.

Institut d'Estudis Catalans (1990b): *Documents de la Secció Filològica I*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.

Institut d'Estudis Catalans (1990c): *Documents de la Secció Filològica II*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.

Institut d'Estudis Catalans (1992): *Proposta per a un estàndard oral de la llengua catalana. II Morfologia* . Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.

Institut d'Estudis Catalans (1995 [2007]²): *Diccionari de la llengua catalana*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans i Edicions 62.

Institut d'Estudis Catalans (1996): *Documents de la Secció Filològica III*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.

Institut d'Estudis Catalans (1997): *Documents normatius 1962-1997*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.

Institut d'Estudis Catalans (2003): *Documents de la Secció Filològica IV*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.

La Veu de Montcada (2002): *Llibre d'estil de La Veu de Montcada*. Montcada: La Veu de Montcada.

Mestres, Josep M.; Joan Costa; Mireia Oliva y Ricard Fité (1995 [1996]²): *Manual d'estil. La redacció i l'edició de textos*. Barcelona: Eumo Editorial, Universitat de Barcelona, Universitat Pompeu Fabra y Associació de Mestres Rosa Sensat.

Mollà, Toni (1990): *La llengua dels mitjans de comunicació*. Alzira: Bromera.

Ortega, Rudolf (2007): *Llibre d'estil de COMRàdio*. [documento provisional, ejemplar de uso interno].

Ortega, Rudolf i Gemma Brunat (coords.) (2008): *Llibre d'estil de COMRàdio*. Barcelona: Diputació de Barcelona, CD-Rom.

Ona Catalana (2000*a*): *Avanç del llibre d'estil d'Ona Catalana*. [ejemplar de uso interno].

Ona Catalana (2000*b*): *Guia d'usos lingüístics*. [ejemplar de uso interno].

Mollà, Toni (1990): *La llengua dels mitjans de comunicació*. Alzira: Bromera.

Pujol, Josep M. y Joan Solà (1995): *Ortotipografia. Manual de l'autor, l'editor i el dissenyador gràfic*. Barcelona: Columna.

Servitje i Riera, Albert (1996): *Llibre d'estil de la Universitat Pompeu Fabra*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.

Solà, Joan (1995): *Llibre d'estil de l'Ajuntament de Barcelona*. Barcelona: Consorci per a la Normalització Lingüística i Ajuntament de Barcelona.

Televisió de Catalunya (1995 [1998]²): *El català a TV3. Llibre d'estil*. Barcelona: Televisió de Catalunya i Edicions 62.

Televisió de Catalunya (1997): *Criteris lingüístics sobre la traducció i el doblatge*. Barcelona: Televisió de Catalunya i Edicions 62.

Universitat Politècnica de Catalunya (1998): *Llibre d'estil de les webs de la UPC*, http://www.upc.es/estil/start.htm.

Vallverdú, Francesc (1986): *Elocució i ortologia catalana*. Barcelona: Jonc.

Vallverdú, Francesc (2000): *El català estàndard i els mitjans audiovisuals*. Barcelona: Edicions 62.

Santiago Alcoba (coord.), Ramón Sarmiento, José Manuel Pérez Tornero *et al.*; ed. Margarita Freixas, María J. Machuca y José María Perceval, Barcelona, 2009. Publicación electrónica en http://mediamentor.org/es/publications
ISBN: 978 - 84 - 692 - 3369 - 6

# SIGNOS DE PUNTUACIÓN Y LIBROS DE ESTILO

Antonio Ríos Mestre
*Universitat Autònoma de Barcelona*

## 1. Introducción

El objetivo de este trabajo es analizar el tratamiento de los signos de puntuación, como marcas prosódicas y como elementos ordenadores de las construcciones sintácticas, en algunos libros de estilo de los medios de comunicación escrita. Se analizarán las últimas ediciones del *Libro de estilo* del *ABC* (Vigara-Consejo de redacción del ABC, 2001), del *Libro de estilo* de *El País* (2003), *Libro de redacción* de *La Vanguardia* (2004) y el *Libro de estilo* de *El Periódico de Catalunya* (2007), así como el *Manual del español urgente* de la Agencia Efe (2005). Este estudio se centra, fundamentalmente, en la coma, el punto y coma y el punto.

## 2. El uso de los signos de puntuación

Los signos de puntuación son marcas ortográficas que ordenan los constituyentes oracionales y las distintas unidades discursivas, contribuyendo de este modo a la correcta interpretación del texto. Además, son elementos indicadores de marcas prosódicas en la lectura en voz alta de los textos escritos; por ejemplo, el punto y los signos de interrogación y de exclamación señalan gráficamente los tres grandes tipos de modalidades oracionales (enunciativa, interrogativa y exclamativa, respectivamente), ligadas cada una a un determinado patrón entonativo.

## 2.1. Los signos de puntuación como marcas prosódicas

Es común asociar los signos de puntuación con la realización de pausas. De hecho, en la descripción de sus funciones recogidas en el *Diccionario panhispánico de dudas* (RAE, 2005) se le da relevancia a este uso, anteponiéndolo a los lingüísticos. Sobre el punto se menciona en primer lugar que su «uso principal es señalar gráficamente la pausa que marca el final de un enunciado –que no sea interrogativo o exclamativo–, de un párrafo o de un texto» (p. 537); sobre el punto y coma, que «indica una pausa mayor que la marcada por la coma y menor que la señalada por el punto» (p. 539); sobre la coma, que «indica normalmente la existencia de una pausa breve dentro de un enunciado» (p. 144).

La relación entre signos de puntuación y pausas está firmemente arraigada en nuestra tradición lingüística, por razones históricas:

> Durante siglos, la escritura fue un conocimiento reservado a una elite. El número de lectores era escaso, de modo que la lectura de los libros era pública: la llevaba a cabo un especialista, ante un auditorio y en voz alta, porque se entendía que leer equivalía a «devolver la voz al texto» (Parkes 1992). A lo largo de la Edad Media, los principios que regían el uso de los signos empleados en los códices eran muy distintos a los del sistema de puntuación actual. Aquellos signos medievales obedecían a los requisitos de la declamación. Esta situación cambia radicalmente en el Renacimiento.
>
> La invención de la imprenta marcó el tránsito de la lectura pública y en voz alta a la lectura en solitario y en silencio. [...] Ya no era preciso marcar los textos con signos para la lectura en voz alta. La puntuación, sin embargo, no cayó en desuso, porque había que guiar de manera efectiva la interpretación. [...] La puntuación evoluciona en función de nuevos principios, dictados por la lógica y la gramática. Y este es el sistema de puntuación sobre el que se asienta el utilizado en la actualidad.
>
> De las funciones originarias de la puntuación, sin embargo, pervive la idea de que los signos de puntuación sirven para indicar pausas (Figueras, 2001: 18-19).

Es incuestionable que los signos de puntuación guían la oralización de los textos escritos y que un signo de puntuación es una marca ortográfica que facilita la realización de las necesarias pausas respiratorias. Sin embargo, quienes hayan impartido asignaturas de lengua oral y hayan desarrollado prácticas de lectura en el aula saben que no todo signo de puntuación equivale a una pausa ni todas las pausas están supeditadas a la presencia de un signo de puntuación. La Academia (RAE, 2005) también contempla esta posibilidad al describir las funciones de la coma:

No siempre su presencia responde a la necesidad de realizar una pausa en la lectura y, viceversa, existen en la lectura pausas breves que no deben marcarse gráficamente mediante comas (p. 144). [...] Cuando el sujeto es largo, suele hacerse oralmente una pausa antes del comienzo del predicado, pero esta pausa no debe marcarse gráficamente mediante coma (p. 148).

La inserción de pausas en la lectura, o en cualquier emisión oral, además de estar motivada por una necesidad respiratoria, no deja de ser una cuestión de estilo, en la medida en que depende de la elección individual del hablante. Otro tema es la corrección normativa de la presencia de la pausa, ya que incluso se puede llegar a romper unidades sintácticas que, en la bibliografía, se señalan como indisolubles; las recogen, por ejemplo, Canellada y Madsen (1987, p. 103):

1. Artículo y sustantivo (*el hombre*).
2. Adjetivo + nombre, o nombre + adjetivo (*pobre hombre, niño hermoso*).
3. Verbo + adverbio (*llegaron tarde*).
4. Adverbio + verbo, adjetivo u otro adverbio (*no vienen, demasiado alta, muy tarde*).
5. Tiempos verbales compuestos (*han llegado*).
6. Conjunción *que* + oraciones que liga (*dicen que vendrá*).
7. Preposición + los dos tiempos que enlaza (*caja de cerilla*).
8. Antecedente + pronombre relativo especificativo (*el hombre que esperas*).
9. Pronombre átono + verbo (*le dijeron*).

En los medios de comunicación oral se encuentran ejemplos de este tipo de realizaciones, como se describe en el artículo de la doctora Machuca contenido en este volumen.

Por otro lado, muchas veces la pausa se sustituye por inflexiones tonales, hecho que no suele constar en las descripciones de los usos de la puntuación, por ejemplo, en la académica[1]. En obras como las de Navarro Tomás (1945), Canellada y Madsen (1987, cap. 5) y Alcoba (2000, caps. 5 y 6) se describe detalladamente la compleja sucesión de anticadencias, semianticadencias, supensiones, semicadencias y cadencias con que se marcan los distintos grupos de entonación que conforman la melodía de los enunciados orales.

[1] Las obras de Real Academia Española citadas en este trabajo no profundizan en la descripción de los correlatos entonativos de los signos puntuación, pero debe tenerse en cuenta que tampoco es ese su objetivo. Así, en los apartados correspondientes del *Diccionario panhispánico de dudas* (RAE, 2005), las referencias a la entonación son mínimas, y en la *Ortografía de la lengua española* (RAE, 1999: 32) se indica que la puntuación de los textos escritos «pretende reproducir la entonación de la lengua oral», sin un mayor desarrollo del tema.

En la lectura de textos escritos, estas unidades prosódicas están determinadas en gran medida por la existencia de signos de puntuación que ordenan las unidades sintácticas del texto.

En los libros de estilo de los medios de comunicación escrita no son necesarias las referencias a marcas prosódicas asociadas en la lectura a los signos de puntuación, ya que deben velar por la corrección de textos periodísticos que, en principio, no están destinados a ser emitidos de forma oral. Sin embargo, en las obras analizadas en este trabajo, solo en el *Libro de estilo* de *El Periódico de Catalunya* (2007) es una información ausente.

El *Libro de redacción* de *La Vanguardia* (2004, p. 124) indica únicamente que «en muchos casos la coma es obligatoria aunque no se corresponda con una pausa en la entonación», sin que antes se hubiera mencionado que una coma puede corresponder a una pausa y sin ninguna referencia a la entonación; tampoco se consigna información alguna sobre las realizaciones prosódicas del punto y del punto y coma en la lectura.

El *Libro de estilo* de *El País* (2003) sigue la concepción tradicional de asociar, prioritariamente, los signos de puntuación a la emisión oral de los textos escritos. Se puede observar en su descripción de las funciones de la coma y del punto y coma:

> La coma indica las pausas más o menos cortas dentro de una oración, permite en la lectura conocer el sentido de las frases, y puede señalar entonación ascendente o descendente (p. 117).

> El signo de punto y coma señala pausa y descenso en la entonación; no como el punto, que cierra una oración completa, sino como mero reposo entre dos miembros de esta (p. 120).

Cabe señalar que en el apartado del punto no se menciona nada a cerca de sus realizaciones prosódicas; esta información se muestra en el correspondiente al punto y coma. Por otro lado, las indicaciones sobre los correlatos entonativos de la coma son imprecisas, puesto que no se exponen los contextos en que se realiza cada uno de los patrones mencionados.

Las descripciones del *Manual del español urgente* (Agencia Efe, 2005) están en esa misma línea tradicional. Así, se menciona que «La coma suele indicar una pequeña pausa que se hace al hablar y que exige el sentido». Se da primacía a la lectura como criterio para puntuar, por encima de la ordenación sintáctica y textual que cumplen los signos: «De ahí que, para colocar las comas correctamente, convenga releer el escrito fijándose en estas pausas breves», aunque también se aclara que las pausas «suelen coincidir con el final de entidades gramaticales bien definidas» (p. 29).

Al igual que en el *Libro de estilo* de *El País* (2003), el *Manual del español urgente* (Agencia Efe, 2005) reúne la información prosódica sobre el punto en el apartado del punto y coma, y en términos semejantes: «El punto y coma marca una pausa mayor que la coma y menor que el punto; supone un tono descendente como el del punto» (p. 32); sin embargo, no ofrece ninguna información a cerca de los patrones entonativos de la coma.

El *Libro de estilo* del *ABC* (Vigara-Consejo de redacción del *ABC*, 2001) presenta un enfoque distinto a los mostrados hasta ahora. Aunque señala que la puntuación es indicadora, *simultáneamente* (en cursiva en el original), de las pausas, de la entonación y de la jerarquización de las ideas –tanto en el texto como en los párrafos–, expone la independencia entre el discurso escrito y el discurso oral, sin referencias a la lectura y a los correlatos prosódicos de los signos.

> No olvidemos que la lengua escrita ni puede ni pretende reflejar fielmente la oral. Sí dispone, en cambio, de unos pocos medios (signos de puntuación y diacríticos) que le permiten estructurar la información y expresar eficazmente los contenidos. Por eso, el buen escritor no puede puntuar sólo «al oído», porque si se atiene únicamente a «lo que oye» o a «lo que quiere que oiga el lector», corre el riesgo de desaprovechar los recursos de la lengua escrita o de utilizarlos incorrectamente al servicio de un mensaje que está concebido y condicionado de manera diferente al oral (p. 50).

En efecto, el discurso oral y el discurso escrito tienen sus propios principios y recursos, y seguir un criterio prosódico –las pausas y los patrones entonativos– para puntuar un texto puede ser, en muchos casos, la causa de los errores que se cometen en el uso de los signos de puntuación. El hecho de colocar una coma entre sujeto y predicado (no permitido por la normativa académica) puede reflejar la circunstancia de que, en la lectura, es una posición en la que frecuentemente se realiza una pausa. En Figueras (2001: 19-20) se comentan varios ejemplos de errores de puntuación que la autora atribuye, razonadamente, al intento de reproducir en un texto escrito los hábitos de la lectura. La cita del *Libro de estilo* del *ABC* sitúa los signos de puntuación en su uso primordial: son signos ortográficos, propios de la lengua escrita, por lo que su función es la de ordenar las distintas partes del texto para estructurar adecuadamente la información que se desea transmitir.

## 2.2. Los signos de puntuación como elementos ordenadores del texto escrito

La Academia da relevancia a la función prosódica de la puntuación, como se ha mostrado en el apartado precedente, a través de sus caracterizaciones de

la coma, del punto y coma y del punto; pero el grueso de su descripción lo constituyen los usos gramaticales de los signos:

Sus funciones son [...] organizar el discurso y sus diferentes elementos para facilitar su comprensión, evitar posibles ambigüedades en textos que, sin su empleo, podrían tener interpretaciones diferentes, y señalar el carácter especial de determinados fragmentos de texto –citas, incisos, intervenciones de distintos interlocutores en un diálogo, etc.– (RAE, 2005: 604).

En las enmiendas de la edición en línea del *Diccionario de la lengua española, 22.ª edición* (RAE, 2001) se resumen dichos usos:

1. *La coma separa elementos dentro de un mismo enunciado* (La pluma, el bolígrafo y el lápiz sirven para escribir. Aquello, no obstante, era difícil de entender); *delimita incisos de carácter explicativo, vocativo o interjectivo* (El palacete, un hermoso edificio, amenazaba ruina. Tú, chico, ven aquí. ¡Bah, eso no importa!); *evita posibles confusiones en el sentido de un enunciado* (He hecho la paella como me dijiste. / He hecho la paella, como me dijiste); *y marca la anteposición de algún elemento oracional* (Tras tantas horas de trabajo, solo deseaba descansar)[2].

2. El punto y coma separa oraciones sintácticamente independientes, pero con relación semántica directa entre sí (*Todo el mundo a casa; ya no hay nada más que hacer*); separa los elementos de una enumeración que incluye comas (*Cada grupo irá por un lado diferente: el primero, por la izquierda; el segundo, por la derecha; el tercero, de frente*); y se coloca delante de conectores de sentido adversativo, concesivo o consecutivo, cuando las oraciones que encabezan tienen cierta longitud (*Los jugadores se entrenaron intensamente durante todo el mes; sin embargo, los resultados no fueron los que el entrenador esperaba*)[3].

3. El punto señala el final de un enunciado (punto y seguido), de un párrafo (punto y aparte) o de un texto (punto final).

Los libros de estilo de los medios de comunicación escrita indican con mayor o menor extensión las normas que rigen el uso específico de cada signo, normas que recogen las dictadas por la Real Academia Española en la *Ortografía de la lengua española* (1999) y en el *Diccionario panhispánico de dudas* (2005), ya que esta institución es, en definitiva, la que en última instancia tiene la potes-

[2] Se citan los ejemplos aportados por la Academia en los artículos correspondientes.

[3] Estos ejemplos están tomados del *Diccionario panhispánico de dudas* (RAE 2005), ya que en la edición en línea del *Diccionario de la lengua española, 22.ª edición* (RAE 2001) no se cita ninguno.

tad normativa sobre el español. No obstante, las obras analizadas difieren en el modo de ordenar la información: los libros del *ABC* (Vigara-Consejo de redacción del *ABC*, 2001), de *El País* (2003) y de la Agencia Efe (2005) contienen un apartado específico destinado a la explicación del uso de los distintos signos, mientras que en los libros de *La Vanguardia* (2004) y *El Periódico de Catalunya* (2007) la normativa sobre la puntuación se incluye –junto con los problemas gramaticales, léxicos y ortotipográficos, siguiendo una ordenación alfabética– en el conjunto de temas que pueden ser objeto de consulta; evidentemente, esta disposición dificulta una visión global de la materia.

La falta de una visión global de la puntuación también se puede observar en el tratamiento de algunos de los usos que se exponen en estas obras. Un ejemplo es la relación que se establece entre los signos, y un caso concreto, el de la alternancia entre coma y punto y coma en las enumeraciones: los elementos de una enumeración se separan con comas (excepto cuando están unidos por nexos copulativos), pero si se trata de períodos complejos que contienen comas, estos se han de separar mediante puntos y comas. En los libros de estilo consultados, esta información está separada en cada uno de los correspondientes apartados, sin una remisión que vincule ambos casos. En el último trabajo académico (RAE 2005: 145), en cambio, se observa un tratamiento integrado de estos usos («La coma separa los elementos de una enumeración, siempre que estos no sean complejos y ya contengan comas en su expresión, pues, en ese caso, se utiliza el punto y coma»), con una remisión desde el artículo de la coma al del punto y coma.

Otro ejemplo es la ausencia, a veces, de generalizaciones que engloben los distintos usos descritos. Se observa en la descripción que se encuentra en el *Libro de estilo* de *El Periódico de Catalunya* (2007: 61) del uso de la coma en las oraciones compuestas cuando el segundo elemento se antepone al primero. El apartado 9 de las funciones de la coma explica el uso general, pero en los apartados 11, 12, 13, 14, 17, 18 y 19 se muestran los casos particulares, los referentes a las oraciones adverbiales propias e impropias, sin que se vinculen de modo explícito.

La raíz del problema puede residir en el sistema expositivo adoptado en el tratamiento de la puntuación. Las funciones de los signos se muestran mediante la enumeración de los casos en que se aplican (ya sean obligatorios u opcionales), mencionándose además los usos incorrectos no permitidos por la normativa (por ejemplo, la prohibición de la coma entre el sujeto y el predicado y entre el verbo y sus complementos regidos). Este sistema, que es el seguido tradicionalmente, también se encuentra en las obras académicas, pero un enfoque de la puntuación como simple enumeración de usos puede ocasionar que se pierda de vista el tema como conjunto.

Otro problema que deriva de este enfoque es la desvinculación entre signos y escritura, que también puede estar relacionado con la concepción tradicional del uso de los signos como parte de la ortografía.

Sin negar su función ortográfica, también es cierto que los signos de puntuación forman parte de la escritura, ya que son marcas con las que se indica la organización de los distintos constituyentes textuales, al menos en los casos del punto, del punto y coma, de la coma, de las rayas, de los paréntesis, de los dos puntos, de los puntos suspensivos, de los signos de admiración y de exclamación y de las comillas. Figueras (2001: 32) defiende esta idea: «Los signos de puntuación distribuyen de modo jerárquico la información del texto, e indican el grado de ligazón que existe entre las unidades textuales que delimitan».

Según la propuesta de Figueras (2001, cap. 2), el punto final define el nivel del texto, en el que se integran los párrafos, definidos a su vez por la presencia del punto y aparte. Los párrafos están formados por lo que la autora denomina *enunciados textuales*, delimitados por el punto y seguido, un signo que indica una relación semántica más estrecha entre dos fragmentos textuales que la indicada por el punto y aparte. En el seno del enunciado textual se pueden encontrar unidades menores, *las cláusulas textuales*, determinadas por el punto y coma; este signo implica una vinculación semántica mayor que la marcada por el punto y seguido. En las cláusulas textuales se integran los *enunciados oracionales*, establecidos por los dos puntos, que expresan mayor vinculación semántica que el punto y coma. Finalmente, las comas delimitan unidades intraoracionales, los sintagmas, que son las unidades mínimas del texto. Cada unidad se integra en otra, aunque no todas tienen que estar presentes en un texto determinado. Por otro lado, los demás signos de puntuación tienen funciones claramente definidas: los paréntesis y las rayas enmarcan incisos secundarios con finalidad aclaratoria, los puntos suspensivos señalan que una parte de la información está inconclusa deliberadamente, los signos de interrogación y exclamación indican modalidades oracionales, las comillas expresan el discurso de otro emisor.

Los libros de estilo consultados para la elaboración de este trabajo siguen la exposición tradicional, sin vincular de modo explícito y globalmente los signos de puntuación con la escritura. Una excepción es el *Libro de estilo* del *ABC* (Vigara-Consejo de redacción del *ABC*, 2001). Así, como paso previo a la explicación de los usos particulares de cada signo, se describen los conceptos de texto, párrafo y oración, relacionando cada unidad con el uso de los puntos[4]; y después se exponen las claves para puntuar las frases, con una des-

[4] El título del epígrafe en el que se trata este tema es de por sí elocuente: «Texto, párrafo, oración: punto y aparte, punto y seguido».

cripción del uso de las comas desde una perspectiva eminentemente sintáctica, por ejemplo, recurriendo al orden de constituyentes y a la diferencia entre complementos explicativos y especificativos. Las explicaciones sintácticas, ordenadas y con un enfoque global, ligado a la redacción del texto, están presentes a lo largo de todo el apartado dedicado a la puntuación. En ese sentido es un trabajo en la misma línea que el estudio de Figueras (2001) citado anteriormente.

## 3. El estilo de de los signos de puntuación de la prensa escrita

Los signos de puntuación tienen un uso preciso, claramente definido en las obras académicas, en algunos casos son usos obligatorios y en otros, recomendables. En los medios de comunicación escrita, el uso de los signos de puntuación, sin dejar de cumplir las reglas académicas que consignan en sus libros de estilo, está supeditado a las normas de redacción generales en las que todos coinciden en gran medida, especialmente a las que hacen referencia a la redacción de frases cortas y a no abusar de los incisos o del cambio del orden lógico de los elementos.

Se encuentran recomendaciones concretas a este respecto: en el *Libro de estilo* de *El Periódico de Catalunya* (2007: 189) se menciona que se debe evitar el uso del punto y coma, ya que su uso indica un período excesivamente largo; y en el *Libro de estilo* de *El País* (2003: 118) se recuerda, al describir el uso de la coma en los casos de hipérbatos, que en los textos noticiosos no se debe invertir el orden de los constituyentes oracionales en aras de la claridad de exposición.

A continuación, se comentan casos concretos del uso de los signos de puntuación en la prensa escrita. Aunque todos los ejemplos pertenecen a *El País*, deben tomarse como una muestra de fenómenos generales que, en mayor o menor medida, se pueden encontrar en otras publicaciones periódicas.

En las noticias y en los artículos periodísticos se encuentran errores en el uso de estos signos, sin duda provocados por las prisas con las que inevitablemente se trabaja en la redacción. Veamos algunos ejemplos.

(1a) La insistencia del PP en mantener las fantasías sensacionalistas en torno a los atentados del 11-M a pesar de la sentencia dictada por la Audiencia Nacional *no es sólo una manifestación de continuidad. Es también*, y sobre todo, la prueba de que la estrategia que ha seguido esta legislatura no tiene marcha atrás [...] (José María Ridao, «Combate contra la evidencia», *El País*, 5-IX-2007, p. 15).

En este ejemplo se observa que el punto corta la oración compleja, lo que no sucedería con el uso de una coma o un punto y coma:

(1b) La insistencia del PP en mantener las fantasías sensacionalistas en torno a los atentados del 11-M a pesar de la sentencia dictada por la Audiencia Nacional *no es sólo una manifestación de continuidad, es también*, y sobre todo, la prueba de que la estrategia que ha seguido esta legislatura no tiene marcha atrás [...].

(1c) La insistencia del PP en mantener las fantasías sensacionalistas en torno a los atentados del 11-M a pesar de la sentencia dictada por la Audiencia Nacional *no es sólo una manifestación de continuidad; es también*, y sobre todo, la prueba de que la estrategia que ha seguido esta legislatura no tiene marcha atrás [...].

Parece que la norma de redacción sobre frases cortas ha prevalecido a la adecuación sintáctica de la puntuación.

En el ejemplo (2) se incumple la norma académica que exige el uso de comas para aislar determinadas partículas de enlace (*esto es, es decir, a saber, pues bien, ahora bien, en primer lugar, por un / otro lado, por una / otra parte, en fin, por último, además, con todo, en tal caso, sin embargo, no obstante, por el contrario, en cambio* y otros similares), como se cita en el *Diccionario panhispánico de dudas* («Coma», 1.2.11.). Aunque se trate de una traducción, es un artículo periodístico, por cuya corrección se ha de velar en la redacción del diario.

(2) Es altamente arriesgado mezclar la política con la emoción. [...] Una fuerza política nacida del poder de la emoción no se propone objetivos racionales. De ahí que pueda ser altamente nociva para la sociedad. Tampoco sirve para lo que debería ser la finalidad de toda asociación de víctimas, es decir la reconstrucción de la persona, de lo íntimo (Nicole Muchnik, «Tiempo de víctimas», *El País*, 10-IV-2007, p. 15).

Otro error del mismo tipo es el que se observa en (3) con el conector *sin embargo*:

(3) Cuando el dedo ruso apunta a Kosovo, muchos miran el *dedo. Y sin embargo lo* que importa es *la independencia de Kosovo que* a estas alturas, aunque inevitable para después del 10 de diciembre, fecha límite para un difícil acuerdo entre Serbia y los kosovares (Andrés Ortega, *El País*, 5-IX-2007, p. 10).

En (4a) se separa con punto la expresión de enlace *por ejemplo*, rompiendo así en el período sintáctico la explicación de lo explicado:

(4a) Los foros andan revueltos con el caso de homofobia del concejal del PP de Berga que escribió a su colega del PSC, homosexual, que no podía entender que haya hombres dándose por el culo, «cosa de lo más innatural y depravada». Pero también hay noticias de carácter *bien distinto. Por ejemplo, la presentación* del partido de gays y lesbianas Libertades Civiles (Tomàs Delclós, *El País*, 31-X-2007, p. 20).

Lo mismo sucede en (5a) –otro caso de traducción– con el conector ejemplificador *como*:

(5a) *Hay deportistas que, por mucho que hayan colgado las botas, nunca han conseguido quitarse la ropa de atletas. Como Michael Jordan*, que después de dejar las canastas se dedicó al béisbol. O como Edwin Moses. Elegante y perfecto en saltar vallas y al mismo tiempo capaz de ganar un bronce en Campeonato del Mundo de bobsleigh (Eleonora Giovio, *El País*, 29-X-2007, p. 71).

En ambos casos, el uso de la coma evitaría la ruptura de las dos partes oracionales, como se muestra en (4b) y (5b):

(4b) Los foros andan revueltos con el caso de homofobia del concejal del PP de Berga que escribió a su colega del PSC, homosexual, que no podía entender que haya hombres dándose por el culo, «cosa de lo más innatural y depravada». Pero también hay noticias de carácter *bien distinto, por ejemplo, la presentación* del partido de gays y lesbianas Libertades Civiles.

(5b) *Hay deportistas que, por mucho que hayan colgado las botas, nunca han conseguido quitarse la ropa de atletas, como Michael Jordan*, que después de dejar las canastas se dedicó al béisbol. O como Edwin Moses. Elegante y perfecto en saltar vallas y al mismo tiempo capaz de ganar un bronce en Campeonato del Mundo de bobsleigh.

Tanto en (3) como (4) se observa también el uso de punto ante conjunciones coordinantes (respectivamente, *y* y *pero*), permitido por la Academia, y frecuente en la prensa escrita.

En ocasiones el uso de los signos de puntuación no es el más adecuado para facilitar la comprensión del texto, como en el ejemplo (5a):

(5a) Ancianas que apenas podían caminar, niños y muchos adolescentes hacían cola para <u>*depositar flores y sus situaciones jurídicas*</u> reflejaban el laberinto en el que están los habitantes de Estonia (1,3 millones de personas) (Pilar Bonet, *El País*, 10 de mayo de 2007, p. 5).

A pesar de no ser obligatorio, es recomendable colocar una coma entre oraciones coordinadas cuando tienen sujetos distintos; así lo menciona la Real

Academia Española (2005, p. 147). En el ejemplo (5a) se separaría un fragmento de cierta extensión y facilitaría su lectura, como se aprecia en (5b).

(5b) Ancianas que apenas podían caminar, niños y muchos adolescentes hacían cola para *depositar flores, y sus situaciones jurídicas* reflejaban el laberinto en el que están los habitantes de Estonia (1,3 millones de personas).

Determinados usos de los signos de puntuación, aunque puedan ser considerados estilísticos, en el sentido de formar parte de las elecciones particulares del escritor, tienen como consecuencia la disolución de los períodos sintácticos. Lo podemos comprobar en el ejemplo (6):

(6) En el principio de todo estuvieron las bombas. Los aviones enemigos. La posguerra. Antes de la fortuna conjugada con m de multimillonario, antes de las cacerías con la familia Franco y del tenis, estuvo la muerte. El primer invierno tras la II Guerra Mundial. El amor a la patria. Y la infancia de Ion Tiriac (Rumanía, 1939), banquero, ex tenista y dueño de un holding que incluye una aerolínea [...] (Juan José Mateo, «Desayuno con... Ion Tiriac», *El País*, 5 de noviembre de 2007).

El uso abusivo del punto y seguido en este fragmento, que responde a la recomendación de redactar oraciones cortas, contraviene su función de separar oraciones con sentido completo.

## 4. Conclusiones

Tradicionalmente, a los signos de puntuación se les ha atribuido una finalidad fundamentalmente prosódica: marcar las pausas y la entonación en la lectura de los textos, anteponiéndola a su función gramatical de ordenar los constituyentes sintácticos y textuales. Desde esa perspectiva, es coherente que, en general, la descripción de sus usos no los haya vinculado con la escritura, como elementos que reflejan las distintas relaciones que se dan entre las unidades que conforman el texto.

El tratamiento de los signos de puntuación en los libros de estilo de los medios de comunicación que se han analizado en este trabajo, aunque con excepciones, se inserta en esta tradición: en ellos se encuentran referencias a la realización de pausas y de determinados patrones entonativos, a pesar de ser del todo innecesarias en la medida en que están destinados a cuidar de la corrección de producciones escritas; y no se observa un enfoque de la puntuación global que la conciba como una parte integrante del texto.

Por otro lado, las normas de redacción periodística, que recomiendan los períodos sintácticos breves y un orden de constituyentes canónico, marcan un determinado estilo que condiciona el uso de los signos, aunque en ocasiones se llegue a desordenar el discurso y a provocar una «descohesión» de las ideas, con las consecuentes dificultades para la lectura y comprensión correctas del texto.

## Bibliografía


Agencia Efe (2005): *Manual del español urgente*, 16.ª ed. corregida y aumentada, Madrid: Cátedra.

Alcoba, S. (coord.) (2000): *La expresión oral*, Barcelona: Ariel.

Canellada. M. J. y Madsen, J. K. (1987): *Pronunciación del español. Lengua hablada y literaria*, Madrid: Castalia.

El País (2003) *Libro de estilo*, 18.ª ed., Madrid: Ediciones El País.

El Periódico de Catalunya (2007): *Libro de estilo*. Actualización de la ed. de diciembre de 2002, Barcelona: Primera Plana.

Figueras, C. (2000): «La puntuación» en Montolío, E. (coord.), *Manual práctico de escritura académica*, Vol. III, Barcelona: Ariel, pp. 77-152.

Figueras, C. (2001): *Pragmática de la puntuación*, Barcelona: Octaedro-Ediciones Universitarias de Barcelona.

La Vanguardia (2004): *Libro de redacción*, Barcelona: La Vanguardia Ediciones.

Navarro Tomás, T. (1946): *Manual de entonación española*, New York: Hispanic Institute.

Real Academia Española (1999): *Ortografía de la lengua española*, Madrid: Espasa-Calpe.

Real Academia Española (2005): *Diccionario de la lengua española*, 22.ª ed.. Madrid: Espasa Calpe; edición en CD-Rom de la 22.ª ed., Madrid, Espasa Calpe, 2003; ed. en línea, http://www.rae.es/.

Real Academia Española (2005): *Diccionario panhispánico de dudas*, Madrid: Santillana; en línea: http://www.rae.es/.

Vigara, A. M.ª y Consejo de redacción del Abc (2001): *Libro de estilo*, 2.ª edición, Barcelona: Ariel.

Santiago Alcoba (coord.), Ramón Sarmiento, José Manuel Pérez Tornero *et al.*; ed. Margarita Freixas, María J. Machuca y José María Perceval, Barcelona, 2009. Publicación electrónica en http://mediamentor.org/es/publications
ISBN: 978 - 84 - 692 - 3369 - 6

# LLIBRES D'ESTIL DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ ESCRITS EN CATALÀ

Albert Rico Busquets
*Universitat Autònoma de Barcelona*
http://kane.uab.cat/llenguaimedia/

## 1. El període d'abans de la guerra

En les primeres dècades del segle XX es produeix un increment important de la premsa en llengua catalana del Principat[1]. Un increment relacionat amb el paper cada vegada més rellevant de la premsa en la societat i amb el fet que les organitzacions polítiques de signe nacionalista necessiten mitjans de comunicació de masses per difondre les seves idees, uns mitjans que utilitzaran sobretot el català[2]. Convé recordar, en aquest sentit, que el 1907 es produeix el triomf de les candidatures de Solidaritat Catalana al parlament de l'Estat i el 1914 es constitueix la Mancomunitat de Catalunya, que presidirà Prat de la Riba.

Aquesta eclosió coincideix en el temps amb el moviment de reforma ortogràfica i lingüística que havia iniciat Pompeu Fabra a finals del segle XIX, a les

[1] Entre 1913 i 1920 es va incrementar notablement el nombre de periòdics en català o bilingües al Principat. El 1913 n'hi havia 96, i el 1920, 210 (Gómez Mompart 1992:123).

[2] Limitant-nos només a alguns títols de la premsa diària, l'any 1899 apareix *La Veu de Catalunya*, portaveu de la Lliga Regionalista; el 1906, *El Poble Català*, òrgan del Centre Nacionalista Republicà; el 1922 *La Publicitat* (anteriorment *La Publicidad*, editat en castellà), vinculat a Acció Catalana; el 1929, *El Matí*, relacionat amb Unió Democràtica de Catalunya; el 1931, *La Humanitat*, òrgan d'Esquerra Republicana de Catalunya...

pàgines de la revista *L'Avens* (posteriorment, *L'Avenç*), i que es va anar consolidant a principi de segle, quan la Mancomunitat de diputacions, presidida per Prat de la Riba, va confiar en les propostes del jove lingüista, vehiculades a partir de la Secció Filològica del recentment creat Institut d'Estudis Catalans i plasmades, en primer lloc, en les *Normes ortogràfiques* de l'any 1913 (v. Segarra 1985).

La Mancomunitat va adoptar les normes del IEC en tots els documents que produïa la seva administració, i, seguint el seu exemple, ho van fer les principals publicacions, diàries o periòdiques, en català[3].

## 1.1. El model: la proposta de Fabra

Fabra planteja un model de llengua, que anomena «català literari», basat en la varietat central barcelonina, amb una ortografia unitària que pretén que sigui vàlida, en la mesura del possible, per a tots els dialectes, i lliure de les interferències que s'hi havien incrustat al llarg dels anys, lèxiques sobretot (v. Fabra 1924), però també morfològiques i sintàctiques.

El Mestre, com era conegut popularment, havia pres posició entre la falsa naturalitat dels partidaris d'«el català que ara es parla» i l'artificiositat jocfloralesca de caràcter medievalitzant, més o menys abonada per institucions com l'Acadèmia de Bones Lletres. Però hi havia una «tercera via», un català modern, la llengua que hauria pogut ser el resultat de l'evolució de la llengua medieval sense les vicissituds històriques que ho havien impedit. Es tractava de bastir una «llengua referencial», en paraules de Lamuela i Murgades, «la varietat codificada d'una llengua, que serveix de base als llenguatges especialitzats i de model de prestigi a totes les altres varietats» (Lamuela i Murgades 1984: 12). Un model de llengua apte per a totes les exigències d'una societat moderna.

Aquest model s'havia de basar en la llengua parlada, per evitar el divorci entre una llengua real, usada per la gent, i una llengua escrita inspirada en formes arcaiques i medievals: una idea que ja apareix clarament manifestada en escrits de principi de segle:

La solució definitiva que han de rebre una gran part de les qüestions morfològiques i sintàctiques [...], depèn de la solució que donarem a una qüestió capital [...]; la de quina relació ha de guardar la futura llengua literaria amb la llengua parlada. ¿Hem de rebutjar en absolut els canvis que ha experimentat la llengua, els quals han romput l'unitat aconseguida un dia, o recolzar el català literari sobre la llengua parlada, puri-

[3] Va quedar un reducte reaci a l'acceptació de les normes, entorn sobretot de la revista *La Ilustració catalana*, dirigida per Francesch Matheu.

ficant-la, refinant-la, però evitant tots aquells retocs que la poguessin encarcarar? ¿Hem d'admetre, com ha estat proposat diferents cops, l'existencia de dugues llengües incompenetrables, –una llengua purament literaria, arcaica, inmobilitzada, i una llengua familiar, vulgar, condemnada a una perpetual degradació– o rebutjar una tal dualitat i voler les dugues llengües tant acostades que la parlada pugui infondre tota la seva vida a la literaria i pugui, en canvi, anar assimilat-se tots els perfeccionaments i refinaments introduits en aquesta[4]? (Fabra 1907: 352-369).

Fabra també era conscient que, tot i el pes que hi havia de tenir el dialecte central, aquesta llengua referencial no podia menystenir les diferents varietats dialectals del territori, perquè havia de tendir a la cohesió nacional i aconseguir que tots els parlants la poguessin fer seva. En aquest sentit, últimament se'l sol anomenar «model composicional», enfront d'altres models possibles basats en una sola varietat, o «unitaristes». Moltes de les opcions ortogràfiques de Fabra es justifiquen pel desig d'adequar-se a totes les varietats, com el fet de mantenir les grafies <b / v>, el tractament del dígraf <ix> o els plurals en -es; en l'àmbit de la morfologia verbal, l'acceptació de variants territorials (*cant, cante, canto*), i en el del lèxic, la incorporació al *Diccionari general* de 1932 de mots de les diferents varietats, tot i que quasi sempre la forma de referència és la del dialecte central[5].

Tal com diu Polanco en el seu estudi sobre l'aplicació de la normativa al País Valencià:

> [...] tot acceptant que el barceloní fou «l'eix de la llengua estàndard moderna», creiem que el model de codificació realitzat per Fabra difícilment pot ser qualificat com a unitarista [...] sinó més aïna com a *composicional* –atenent a la diversitat d'elements diàtopics tinguts en compte– si bé amb una prioritat evident per les solucions nord-orientals (Polanco 1984: 120).

Aleshores –com en l'actualitat– la consciència de pertànyer a una única comunitat lingüística era irregular fora del territori del Principat, i això hauria dificultat la implantació d'una proposta clarament unitarista a les terres de parla catalana.

En l'elaboració del seu model Fabra recorria també a la llengua dels clàssics medievals[6], quan li calia trobar recursos lèxics per substituir els castellanismes[7], o per recuperar connectors sintàctics que facilitessin l'elaboració del

[4] Fabra, P. (1907), citat a Solà 1987: 32-33.

[5] Tot i aquesta voluntat de Fabra, la representació del lèxic de les varietats dialectals «perifèriques» resulta clarament insuficient (v. Rico 1989: 75-114).

[6] Ell mateix havia impulsat la col·lecció «Els Nostres Clàssics» de l'Editorial Barcino, dirigida pel seu amic Josep M. de Casacuberta.

[7] El mot *bústia* mot medieval que significava 'bossa on el correu porta les cartes', com a alternativa al castellanisme *busson*, per exemple.

discurs escrit, com ara *àdhuc, tanmateix, nogensmenys*, etc. També tenia present, amb una visió molt moderna del paper de les llengües de cultura, que el català no es podia apartar gaire, en les adaptacions de neologismes provinents del grec i del llatí, de les solucions que hi donaven les altres llengües europees. Així, Fabra contraposava les grafies *àcid* i *sòlid*, enfront de les tradicionals *àcit* i *sòlit*, per comparació amb les solucions adoptades per les principals llengües europees, a partir del llatí *acidus*.

S'ha comentat que en moltes ocasions Fabra aplicava solucions basades en criteris lògics o «logicistes», que a vegades donaven lloc a solucions forçades (v. Solà 1987: 39-42). L'exemple prototípic és la solució gràfica que va donar a les combinacions de pronoms febles.

Però el més substantiu de la proposta fabriana és que trenca radicalment amb la visió de supeditació del català al castellà, que havia caracteritzat les generacions anteriors. El seu objectiu estratègic era aconseguir una llengua moderna, vàlida i independent, que contribuís a la cohesió i a la consciència nacional. D'aquí el seu interès per la depuració dels castellanismes, per evitar l'acostament del català al castellà. En una conversa filològica de l'any 1923 aprofita les cartes d'un pare i un fill, tots dos escriptors, rebudes a la redacció de *La Publicitat*, per il·lustrar aquestes dues actituds i per prendre partit clarament per la del fill:

Però, mentre ell [el pare], en realitat voldria un català semànticament i sintàcticament estargit de l'espanyol, el seu fill frisa per veure la nostra llengua completament alliberada de tota traça de la influència espanyola. A l'un el satisfà una llengua provinciana, un idioma que vindria a ésser, amb mots i formes catalans, una variant dialectal de la llengua espanyola; l'altre aspira que Catalunya posseeixi una veritable llengua nacional, la llengua moderna que hauria sortit de la nostra gloriosa llengua medieval sense l'acció pertorbadora de l'espanyol (Fabra 1919-1928, conversa de 1-IV-1923).

Per impulsar i consolidar aquest model de llengua, que com hem dit ell anomenava «català literari» pensant sobretot en la llengua escrita, Fabra confiava molt en el paper dels escriptors[8] i en una feina constant de divulgació i explicació de les noves normes. Durant prop de deu anys, des del 1919 fins al 1928, les pàgines de *La Publicitat* van acollir els seus articles (més de vuit-cents), que conformen un cos doctrinal de primera magnitud. En aquests escrits, que apareixien sota el rètol de «Converses filològiques»[9], Fabra s'adreça al públic il·lustrat en general, i especialment als escriptors i homes de lletres, difonent les normes

[8] Les primeres emissores radiofòniques van sorgir a la dècada dels anys vint, però no fou fins a la dècada següent que van tenir un paper important en els esdeveniments socials i polítics. (V. Franquet 1986.)

[9] Edició de Joaquim Rafel (1983-1984), per a les citacions i referències.

en general, justificant les més discutides, combatent els castellanismes, defensant determinades opcions estilístiques, proposant-ne d'altres, criticant les faltes que apareixen en els textos impresos. També hi tenen cabuda les consultes, sobretot les dels escriptors[10]. A partir d'aquest conjunt de textos podem veure l'abast i la complexitat de la reforma fabriana. Tal com diu Joaquim Rafel al pròleg de la seva edició de les «converses»:

[...] una simple lectura de les *Converses* ja ens mostra que aquesta obra de redreçament té una complexitat molt més gran que si consistís solament en l'eliminació de castellanismes: tot i que la influència de la llengua castellana, que qualifica sovint de *pertorbadora* o *humiliant*, gairebé és una obsessió per a Fabra en redactar les *Converses*, l'autor dirigeix la seva atenció, al llarg dels més de vuit-cents articles que va publicar sota aquest títol, als més diversos aspectes relacionats amb la purificació de la llengua i la seva unificació, defensant sovint les solucions ortogràfiques o mofològiques adoptades per l'Institut d'Estudis Catalans, fent consideracions sobre el lèxic, explicant en alguns casos les raons que havien aconsellat d'inclinar-se per una o altra solució, o exposant simplement opinions o propostes personals [...]» (Rafel 1983-1984: v).

## 1.2. Escriptors, periodistes, correctors

Aquest paper preponderant que havien de tenir els escriptors en l'aplicació i la divulgació de la reforma fabriana s'ha de situar en el marc de l'època. La majoria d'ells col·laboren en la premsa diària o hi participen directament com a redactors o directors; la nòmina de la gent de ploma que escriu a la premsa és interminable: Eugeni D'Ors, amb el seu *Glosari*, Joan Maragall, Gabriel Alomar, Pere Coromines (director d'*El Poble Català*), Ramon Esquerra, Joan Creixells, Josep Maria de Sagarra, Josep Carner, Josep Pla, Carles Soldevila, amb els «Fulls de dietari»... I en un ambient cultural relativament reduït, com el de la Barcelona dels anys vint i trenta, molts d'aquests periodistes i escriptors es coneixien personalment i compartien tertúlies, ideals polítics, etc.[11] Es generava així una complicitat que redundava en benefici del projecte lingüístic.

Però tot i l'innegable entusiasme amb què la majoria d'ells acollia les novetats de la reforma fabriana, no hem d'oblidar que tant escriptors com periodis-

[10] «Creiem que C. Soldevila és de la mateixa opinió nostra... », comenta a la «conversa» 468, del 28-X-1923, a propòsit de l'ús de la construcció *de... estant*. I a la 811, del 26-VIII-1927, comença així: «Amb gust interrompem, per un dia, les nostres vacances per contestar a les tres preguntes que ens fa el nostre car amic Ferran Soldevila».

[11] A la famosa tertúlia de la Penya Gran, presidida per Joaquim Borralleres, hi participaven, entre d'altres, Josep M. de Sagarra, Josep Pla, Joan Creixells i el mateix Pompeu Fabra.

tes havien estudiat sempre en castellà (la majoria, dret), en castellà s'havien format culturalment i havien fet la majoria de lectures, i era el castellà la llengua escrita que dominaven. En aquestes circumstàncies, la redacció de textos en català s'havia de sotmetre a una revisió d'acord amb les normes ortogràfiques modernes, a la revisió dels correctors. Però aquests correctors tampoc no sortien del no-res: s'havien de formar. Així ho raonava Carles Soldevila, en un «full de dietari»[12] de l'1 de desembre de 1922, que porta el títol significatiu de «Cal crear una escola de correctors de proves»:

[...] Crec modestament i sincerament que la Mancomunitat hauria de crear una petita Escola de correctors de proves. Si en sortien cada any cinc o sis minyons efectivament ensinistrats en la correcció del català, és a dir, si en sortien cinc o sis *bons correctors* de proves, l'aspecte dels nostres impresos canviaria d'una manera ràpida i insensible.

I qui dubta de l'eficàcia pedagògica que tindria aquest simple fet? Fóra, n'estic convençut, una revolució des dels cims (Soldevila 2004: 42-43).

De fet, des de l'establiment de la Mancomunitat s'havia organitzat una Secció Ortogràfica, posteriorment anomenada «Oficina de Revisió d'Originals», que s'encarregava de corregir els textos produits per la institució i d'altres entitats, com ara les diverses seccions del IEC. Segons Balcells era una «peça transcendental en la difusió i la defensa de la normativa lingüística, a la pràctica fou una escola de formació de correctors», però que mai no es va arribar a constituir formalment (Balcells 2002: 188).

## 1.3. Un estil vacil·lant

A pesar d'aquests inconvenients, amb les lògiques vacil·lacions que imposava el fet d'haver d'escriure segons unes «normes» que no sempre resultaven fàcils d'aprendre, en aquestes primeres dècades del segle XX es va anar conformant un model de llengua periodístic que deixava enrere l'estil xaró i pitarresc de la premsa popular vuitcentista, ortogràficament anàrquica. Però la llengua no és únicament correcció normativa, encara que la situació obligava a centrar-se molt en aspectes ortogràfics i lèxics. Fabra veia clarament que estava en el primer estadi de la renovació de la llengua literària; com diu, en una de les seves «converses» (el subratllat és nostre):

[12] Carles Soldevila, periodista i escriptor, va publicar una col·laboració diària a *La Publicitat* des del 1922 fins al 1934, sota el títol «Fulls de dietari». (Des del 1917 fins al 1922 els havia publicat en castellà, abans que el diari canviés de llengua.)

Ot Jespersen, en la seva excel·lent obreta *Growth and structure of the English language*, comparant l'anglès amb el francès, diu que la llengua francesa recorda un jardí francès de Lluís XIV, mentre l'anglesa és semblant a un parc anglès, que sembla fet sense un pla definit, en el qual podeu anar per on us plagui sense por de topar amb un guàrdia sever que us en privi. El català de la decadència podria, llavors, ésser comparat a un bosc ple de maleses, el qual els gramàtics i bons escriptors tracten simplement de desbrossar i fer transitable. Per això fa certa gràcia que quan tot just havem aconseguit de posar un poc d'ordre en la llengua literària, es parli que intentem d'ofegar l'espontaneïtat de la llengua sotmetent-la a un conjunt de regles rígides! No cal alarmar-se: estem encara ben lluny del jardí francès, no som encara al parc anglès; allò que els gramàtics condemnen i els bons escriptors eviten són, en general, incorreccions gramaticals inconcebibles, no en francès precisament, sinó en qualsevol llengua literària. ¿És que és encongir una llengua de privar que sigui usada com a causal una conjunció consecutiva, o usat com a relatiu un mot exclusivament interrogatiu, o expressat dues vegades un mateix complement sense cap motiu estilístic que justifiqui el pleonasme, o expressat mitjançant una frase de gerundi, allò que forçosament hauria d'ésser expressat per una proposició coordinada? (Fabra, 1919-1929, conversa 625, 13-I-1925).

I a les «converses» Fabra també es preocupava de l'estil, però sobretot se centrava en les qüestions que afectaven l'estructura «lògica» dels enunciats. El preocupaven especialment els pleonasmes, l'hipèrbaton innecessari i la claredat de l'expressió: «Els dos grans defectes de la prosa actual són la freqüència de les inversions i la tendència a encabir en una sola proposició allò que naturalment hauria d'ésser expressat per mitjà de dues o més proposicions independents» (Fabra, 1919-1929, conversa 832, 20-V-1928).

S'ha de dir, d'altra banda, que en aquesta època el periodisme modern com a gènere, i els subgèneres corresponents, encara s'estaven construint[13]. Estem molt lluny encara de les preocupacions dels manuals actuals, pel que fa a la redacció, a la claredat expositiva, etc. (v. Grijelmo 2001).

Ara bé, amb una certa perspectiva, i aprofitant els recullsd'articles periodístics que han anat apareixent aquests darrers anys, podríem aventurar que el model de llengua que s'estava configurant a la premsa en català és ampli i variat[14]. Hi podem trobar des de l'idioma que semblava «inventat o traduit»

[13] El 1928 apareix el primer manual d'estil de què tenim constància, *Style Book of the Manchester Guardian*, un volumet de reduïdes dimensions (8 × 15,5 cm), de 22 pagines, amb indicacions sobre tipografia, ortografia, tractaments protocol·laris i llistes de paraules manllevades.

[14] Recentment s'han publicat reculls d'articles de Ramon Esquerra (*lectures europees*), de Josep M. Planas (*Nits de Barcelona*), d'Irene Polo (*La fascinació del periodisme. Cròniques (1930-1936)*), de Carles Soldevila (*Fulls de dietari*) o de Carles Sentís (*L'instant abans del 36*).

–segons Carles Soldevila–[15] d'Eugeni d'Ors, a la fina ironia analítica de Joan Creixells, en les seves cròniques londinenques per a *La Publicitat*; des de la vasta i amena erudició de Ramon Esquerra, a la prosa lleugera i detallista del mateix Carles Soldevila; des del periodisme a peu de carrer de la reportera Irene Polo o de Carles Sentís, fins a les cròniques mundanes de Josep Planes, per no esmentar els més (re)coneguts, Josep Maria de Sagarra i Josep Pla. La majoria d'aquests articles han resistit perfectament el pas del temps i ens poden ensenyar moltes coses sobre el model de llengua a la premsa. I és que alguns d'aquests escriptors ja tenien una idea força moderna del que havia de ser el llenguatge periodístic. Josep Pla cita, a *Notes autobiogràfiques*, una conversa entre Josep Maria de Sagarra i Carles Soldevila. En boca del darrer hi posa les següents paraules:

> S'ha d'escriure una llengua clara, precisa intel·ligible per tothom útil per a tothom, normal. [...]
>
> La qüestió és la gent corrent: s'ha d'habituar la gent corrent que escrigui una llengua clara, sense pintoresquisme, sense folklore, sense genialitat de cap classe. La nostra premsa hauria de ser un model de claredat (Pla 1950: 66).

Pla, en el mateix escrit, opinava que el model que havia prevalgut entre els més joves era aquest: «Una cosa és evident, però: calgué passar per aquests excessos [els del noucentisme] per a arribar a la prosa normal de Soldevila, que és la que avui tothom escriu. No hi ha altra realitat» (Pla 1950: 66).

Aquest panorama, pel que fa a la premsa, es clou dramàticament amb la victòria franquista. Però els temes que hem apuntat tornaran a la palestra passats quaranta anys, en la «normalitat» democràtica: el model de llengua basat en una única varietat, la introducció d'arcaismes i l'acceptació de castellanismes, la relació de llengua parlada i llengua escrita, el protagonisme d'escriptors i correctors en la configuració del model.

## 2. El franquisme

La victòria de les tropes franquistes i la conseqüent ocupació de Catalunya van anar seguides de l'abolició de l'Estatut d'autonomia i la prohibició de l'ús públic del català, tant en comunicacions orals com escrites (retolació pública

[15] Soldevila (2004), «Del llum de gas...» , p.1584. Tot i la valoració negativa de l'estil de Xènius, Soldevila afegeix «Però Xènius eixamplava fins a límits mai abastats el temari dels nostres articulistes, i, de més a més, no era mai rústic [...]».

i privada, registre civil, toponímia, etc.)[16]. El català quedava reclòs al «uso privado y familiar»[17].

La duresa de la repressió durant els primers anys va anar donant pas a alguna concessió, com la publicació d'obres de caràcter religiós, i més endavant a una tímida producció editorial. Pel que fa a la premsa, hi havia alguna publicació de caràcter mensual, en general vinculada amb institucions religioses, com *Serra d'Or* –la més important–, o *Oriflama*, i no gaire cosa més. La difusió d'aquestes publicacions era, a més, molt limitada.

En aquesta època, l'únic intent seriós de fer una publicació periòdica setmanal d'una certa ambició és el del setmanari *Tele / Estel*. Nascut a l'empara de l'anomenada «Llei Fraga»[18], la seva història il·lustra el tarannà de la dictadura davant de les manifestacions culturals en català «formal». El permís obtingut per l'empresa, editora del diari *Tele / Exprés*, incloïa certes condicions: no s'hi permetia parlar de política ni tampoc no es podia reivindicar ni la llengua ni la cultura catalanes. Dirigida per Andreu-Avel·lí Artís i Tomàs («Sempònio», de nom de ploma), va sofrir una suspensió temporal l'any 1969 i l'any 1970 fou clausurada definitivament.

## 2.1. El model: el fabrisme encarcarat

Fabra –s'ha comentat moltes vegades– havia escrit que les innovacions (lèxiques, sobretot), si al cap de quatre o cinc anys no s'assentaven en la llengua literària, si no eren ben rebudes, s'haurien de replantejar. I en el diàleg permanent que ell mantenia amb escriptors i periodistes, aquesta dialèctica hauria estat possible. Però la situació durant el franquisme era molt diferent. El model ja no es podia contrastar amb la pràctica. Desapareguda la llengua de la vida pública, no solament no es podia provar cap innovació, sinó que de retruc es generava una actitud resistencial, conservadora, purista... entre les persones que, pel seu compte, en cenacles o en cursos clandestins, preservaven l'obra del Mestre. Sense possibilitat de cultivació de la llengua en els diversos registres d'ús, només es podia aspirar a conservar una llengua escrita testimonial, molt respectuosa amb la normativa, tant, que en ocasions anava més enllà dels desitjos del Mestre. Aquesta tendència ja s'intuïa en el període republicà, i en són una mostra, per exemple, els exercicis de gramàtica catalana d'Artur Balot,

[16] *Cf.* Benet (1995: 329-443).

[17] *Boletín Oficial de la Provincia de Barcelona*, 4-II-1939; citat a Benet (1995: 266).

[18] El 15 de març de 1966 va ser aprovada en sessió plenària a les corts franquistes, la «Ley de prensa e Imprenta».

que emetia Ràdio Associació, per corregir barbarismes, i els diversos manuals de divulgació de les normes (v. Solà 1977: 107-109), però adquiriran carta de naturalesa en la llarga travessia pel desert de la dictadura. Els pocs manuals a l'abast dels interessats a adquirir els principis normatius de la llengua eren simplificadors i, a còpia de buscar la genuïnitat arribaven a la confusió de registres i fins i tot a condemnar usos legítims (v. Solà 1977: 130-133).

## 2.2. Els escriptors depenen dels correctors

La majoria de periodistes que havien protagonitzat l'època esplendorosa dels anys trenta s'havien exiliat. D'altres es guanyaven la vida escrivint en castellà (Soldevila, Pla, Sempronio, Sentís), i d'altres ja havien desaparegut (Polo, Esquerra, Creixells, Planas...).

En l'escassa producció en català, els textos s'havien de sotmetre inexorablement al control del corrector: la competència de l'autor, els seus coneixements de gramàtica o normativa, solien ser ben migrats.

Al seu torn, els correctors havien adquirit sovint els seus coneixements de forma semiclandestina, en cursets impartits per deixebles directes o indirectes del Mestre Fabra. Exercien la seva feina per voluntat patriòtica, per salvar la llengua, i mentrestant es guanyaven la vida en qualsevol altre ofici, o corregint en castellà. I, ateses les precàries circumstàncies, unes dotzenes de correctors podien controlar la llengua escrita i aplicar-hi uns criteris uniformes. Artells, la figura més representativa d'aquesta escola de correctors, tenia les idees molt clares sobre el que havia de ser la seva feina. En un article recollit a l'obreta *Llenguatge i gramàtica*, titulat significativament «Actitud correcta del corrector» (Artells 1969: 24-30), contraposa la feina del corrector en una societat com la francesa, on la llengua s'aprèn a l'escola i s'usa normalment en tots els àmbits, «es limitarà a esmenar aquelles petites coses que hagin pogut passar inadvertides a l'autor, més preocupat pel fons que no per la forma», amb la situació del corrector de català, que «[...] ha de vigilar no solament l'ortografia [...], sinó encara la morfologia, el lèxic, la sintaxi i, sobretot, la construcció de la frase; [...] més d'un cop, perquè un text fos passadorament acceptable, caldria referlo de cap i de nou [...]».

Per al corrector català, doncs, la feina és molt més feixuga, perquè a l'hora de corregir ha de vigilar que no «es perdi» res (els subratllats són nostres):

> [...] cada text a revisar constitueix un veritable problema per al corrector català que, cientment, creu que, havent esguard a l'estat actual de la llengua, no s'ha de limitar a corregir l'ortografia i les principals faltes de gramàtica, sinó que ha d'atendre àdhuc al

lèxic, a l'ordre dels mots dins la proposició, a la construcció total de la frase, a *la substitució d'expressions o maneres de dir poc catalanes per altres de més genuïnes.*

[...] i *el corrector «es permet» de substituir, de tant en tant, aquells mots i aquelles expressions, correctes, és clar [...], no pas per la pruïja de fer esmenes, sinó perquè davant la concurrència d'aquelles paraules i d'aquelles expressions, més acostades al castellà, tem que les darreres no petillin d'ésser bandejades de mica en mica del lèxic sortosament encara viu*, no creiem pas que ningú pugui blasmar-lo al·legant que això és fora de les seves atribucions, que és excedir-se, o que així encongeix («encotilla») i empobreix el llenguatge, com, potser massa sovint, ha estat dit dels correctors (Artells 1969: 26-29).

No és estrany que aquesta situació –pràcticament de «coautoria»–, en què el corrector ha de suplir les deficiències lingüístiques –però també les patriòtiques– de l'escriptor, provoqués algun problema amb els autors, i més si pensem que el concepte d'«expressió genuïna» es presta a generoses interpretacions, en una llengua com la catalana que comparteix tantes construccions amb les llengües veïnes. Al final, si el corrector no tenia una gran formació lingüística, l'aplicació d'aquests principis es reduïa a substituir lèxic o expressions similars als de la llengua castellana per altres que se n'apartaven, encara que resultessin arcaics o inadequats (v. Solà 1977: § 70).

A la dècada dels 60 hi va haver una virulenta polèmica entre Artells i autors com Maria Aurèlia Capmany, Joan Fuster o Terenci Moix, recollida a les pàgines de *Serra d'Or* i del diari *Tele / Exprés*. Resumint-la esquemàticament, en la discussió els escriptors retreien als correctors que anessin més enllà de la simple tasca de correcció normativa i que imposessin unes opcions determinades i en bandegessin d'altres, sense que hi hagués cap autoritat que ho avalés[19]; al cap i a la fi, els que escrivien i firmaven els textos eren els escriptors (v. Solà 1977: §§ 80-83). Criticant aquest intervencionisme excessiu dels correctors hi ha qui ha arribat a dir que «[...] en català tinguem actualment un sol escriptor multicèfal [...] que fa servir invariablement el mateix model de frase, ja sigui perquè ell no en sap prou i hi ha un corrector que s'encarrega de salvar-li l'estil o perquè ell mateix, tant si li agrada com si no, no posa en discussió les disposicions de la normativa i les adopta [...]» (Toutain 1982).

## 3. El període democràtic

Amb la mort del dictador i el consegüent canvi polític s'obre la possibilitat de tenir novament premsa diària en català. S'inicia una època en què proliferaran

[19] S'ha esmentat moltes vegades el cas de Joan Fuster, que va trobar el seu *Nosaltres els valencians*, un cop publicat, farcit de *flurs* que ell no hi havia posat.

les publicacions periòdiques en aquesta llengua[20] i en què apareix el primer diari des de la postguerra, l'any 1976, l'*Avui*.

Els potencials lectors de les publicacions en català eren persones que havien estat escolaritzades en castellà i que coneixien i utilitzaven aquesta llengua en àmbits formals. La dominaven com a llengua de cultura, i també com a llengua oral. Per a aquestes generacions es pot parlar de situació diglòssica: la llengua A, la destinada a les funcions formals, importants, la llengua de prestigi, era el castellà; la llengua B, familiar, col·loquial, era el català. Aquesta circumstància sociolingüística permet entendre en part els conflictes que es produiran entorn del model de llengua periodístic.

Perquè llegir un diari en català exigia una actitud nova respecte a la que el lector podia tenir davant de la premsa en castellà, que era la que havia consumit i consumia si era lector de premsa. La llengua escrita, i la del periodisme escrit, té unes convencions, no és una pura transcripció de la llengua oral. El lector de premsa en castellà no se sorprèn de trobar-hi paraules o construccions que no son pròpies de la llengua oral: hi està habituat. Però si aquest lector comprava un diari en català, ¿com reaccionaria si hi trobava una llengua molt diferent de la col·loquial que ell coneixia?

A part d'això, hi havia altres expectatives. La societat acull entusiàsticament l'aparició d'un mitjà en català i n'espera moltes coses. Entre altres, i això ens interessa especialment, que «ensenyi» llengua als seus lectors. I amb aquest «ensenyar llengua» hem d'entendre corregir la llengua plena d'interferències del castellà, i fer aprendre ortografia, seguint aquella tòpica idea segons la qual un aprèn ortografia a còpia de llegir molt. Però és clar que la feina d'un diari és proporcionar una informació i una opinió als seus lectors, una informació i una opinió en català, en una llengua adequada i intel·ligible. Altres funcions no deixen de ser subsidiàries de la primera[21].

Després, hi ha els periodistes. Naturalment, els rengles dels del diari s'omplen amb persones que han estat formades en castellà i que –la immensa majoria– han après a fer periodisme en mitjans en castellà. La feina en un diari exigeix traduir (els teletips sempre arriben en una altra llengua) i adaptar terminologia i expressions noves d'una manera immediata. Tot i això, no sembla raonable dedicar gaire temps i recursos a formar aquests periodistes; es pensa que es formaran amb la pràctica.

La combinació d'aquests dos factors, l'expectativa de la premsa educadora dels catalans analfabets en la seva llengua, i els qui han d'elaborar aquesta

[20] Per exemple, *Crònica*, *Ciència*, *L'Avenç*, *Saber*, d'aparició mensual; *El Món*, *L'Hora*, *Arreu*, setmanaris.

[21] Des del primer número el diari *Avui* va incloure una columna destinada a comentar qüestions lingüístiques, a càrrec d'Albert Jané.

premsa, que són tan analfabets com molts dels futurs lectors –si se'ns permet l'exageració– fa inevitable la presència d'un tercer factor, el dels correctors. Perquè en el nou diari els correctors hauran de tenir un paper fonamental.

## 3.1. Quin model?

En aquestes circumstàncies, i considerant sobretot que el periodisme diari implica l'elaboració d'una llengua adequada per a diversos registres, els gèneres periodístics, i que la tradició d'abans de la guerra era desconeguda o menyspreada, només quedava el model de llengua encarcarat que s'havia mantingut durant el franquisme, o crear-ne un de nou. Però l'opció de l'*Avui* fou el model de català encarcarat. El diari preferia el perfet simple al perifràstic, usava *llur* i *lluns*, preferia els plurals *discs, texts, boigs*, que la llengua parlada havia arraconat de feia temps, a *discos, textos, bojos*, també acceptats per la normativa, i hi sovintejaven formes com *àdhuc, hom* o *quelcom* en tota mena de registres, etc., etc. En definitiva, tenia tots els tics del català encarcarat[22].

És cert, també, que l'opció per aquest model no era explícita, perquè els que la impulsaven consideraven, simplement, que només hi havia un català correcte, l'únic que podia servir de referència als lectors.

## 3.2. Periodistes contra correctors

En la situació descrita es requereix una estreta relació entre correctors i periodistes, però no sembla que en aquest cas fos gaire cordial. Els primers es queixaven de la incompetència lingüística dels segons, i els periodistes es queixaven de la manca de diàleg, de la imposició de solucions que a ells, als periodistes, no els convencien, etc. Aquest model resultava poc funcional per a les noves necessitats. Es congriava la tempesta.

Un any abans de l'aparició del diari *Avui*, el 1975, havia sortit la primera lleva de llicenciats en Filologia Catalana per la Universitat de Barcelona. Aquest fet marca l'inici d'un canvi entre els protagonistes de la correcció, que més o menys en aquesta època passarà a anomenar-se «assessorament lingüístic». Amb la presència del català a la vida pública, en la premsa escrita, s'obre un mercat per a molts filòlegs, amb una formació diferent de la rebuda

[22] Aquest model va durar més o menys fins el 1987, en què Ricard Fité es va incorporar al diari com a cap d'edició.

pels correctors de l'etapa franquista. També el mateix any 1975 es publica *Llengua standard i nivells de llenguatge*, de Lluís López del Castillo, que presenta els diferents «nivells» en què es manifesta una llengua, col·loquial, estàndard i culte, i defensa que poden existir opcions diverses, igualment vàlides, en un model lingüístic: no cal dir que aquesta presentació de la llengua fou molt ben acollida entre els lingüistes joves[23].

Mentrestant, la màxima autoritat acadèmica, l'Institut d'Estudis Catalans, es mantenia en silenci. Sortia d'una època difícil, és cert, però la nova situació exigia orientacions, decisions. En canvi, el que els professionals dels mitjans trobaven era l'enèsima edició del *Diccionari de la llengua catalana*, que bàsicament reproduïa el lèxic de feia cinquanta anys, i la gramàtica de l'any 1918.

## 3.3. La creació de la CCRT. TV3 i Catalunya Ràdio

La llengua catalana s'havia anat introduint tímidament en la ràdio comarcal, en alguns programes d'emissores de Barcelona, a mesura que s'afluixava la pressió de la dictadura. El 1976 es crea la primera emissora de ràdio en català, Ràdio 4 (v. Franquet 1986), i el circuit català de RTVE havia augmentat significativament les hores d'emissió en català (v. Munsó Cabús 1980).

Però quan realment es produeix un trasbals en el món de la comunicació audiovisual és quan es funda la CCRT, l'any 1983, amb TV3-Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio com a referències emblemàtiques[24]. Els mitjans audiovisuals amplien il·limitadament el nombre de registres i de gèneres, i això exigeix una llengua funcional, prou apta per cobrir-los tots. El model del fabrisme encarcarat no pot suportar tanta pressió, el vestit s'esbotza. Els joves lingüistes que ja ocupen la majoria dels nous llocs de treball, amb idees més obertes, més permissives, es rebel·len. El raonament era: si l'antic model ja no servia per a la premsa escrita... com havia de servir per als mitjans audiovisuals, amb la diversitat d'exigències que comportava (informatius, magazines, sèries, doblatges...).

[23] L'any 1978 apareixeria l'obra fonamental de Gregory, M. i S. Carroll, *Language and situation. Language varieties and their social contexts*. Londres: Routledge & Kegan Paul, traduïda al castellà el 1986, que posava en circulació un terme que ha fet fortuna entre els lingüistes, el de «registre», i estudiava la relació de la llengua amb les circumstàncies d'ús.

[24] Posteriorment s'hi anirien afegint Catalunya Música (1987), el Canal 33 (1988), etc.

## 4. La polèmica *heavys-lights*[25]

L'enfrontament que s'havia anat gestant entre les dues maneres d'entendre el model de llengua per als mitjans de comunicació, a partir de l'any 1976, es desferma virulentament.

L'article que enceta públicament la polèmica és «Volem una llengua moderna», de Ricard Fité[26], i s'anirà desenvolupant en forma d'articles, cartes al director, etc., al llarg de tota la dècada dels anys 80 (v. Casals 2001, amb bibliografia exhaustiva). En la polèmica hi participaran, sobretot, escriptors, traductors, professors d'universitat i assessors lingüístics de mitjans de comunicació (v. Gec 1992).

Les posicions anomenades *light* diagnostiquen que enfront del model correcte del català l'usuari està desconcertat. Se sent insegur i, faltat dels coneixements i d'un bon referent, passa amb facilitat del castellanisme més flagrant a l'ús d'arcaismes o mots massa literaris. Es crea així –diuen– una llengua artificiosa, allunyada de la parla real, de la parla del carrer. Però el que la situació requereix és una llengua moderna, amb diversos nivells, que s'adegüi als diversos registres, i la llengua que s'ofereix justament és una barreja de registres. La causa d'aquesta situació –continuen– és que l'ensenyament del català s'ha basat durant molts anys en l'evitació de barbarismes i la cerca de la genuïnitat: ha estat un ensenyament ideològic, «[...] perquè confon el qui l'estudia donant-li criteris lingüístics basats gairebé exclusivament en la catalanitat, el nacionalisme, la pròpia identitat i una separació màxima respecte a la llengua espanyola» (Fité 1982: 24)

La solució que plantegen per construir aquesta «llengua moderna» és l'elaboració d'un estàndard, el nivell adequat per als mitjans de comunicació, que es basi en la varietat central barcelonina, que és la de més pes demogràfic i per tant serà la que arribi a més gent. Proposen que aquest model de llengua s'acosti a la «llengua del carrer», a la llengua parlada (lògicament, de l'àrea barcelonina), la qual cosa implica prescindir d'arcaismes i de formes literàries i dialectals (s'entén: d'altres dialectes que no fossin el barceloní), perquè no formen part de l'estàndard, i donar entrada a castellanismes arrelats en la parla. Diu Fité: «és millor fer anar un castellanisme arrelat i sovint insubstituïble, d'aquells que tenen tradició, que són vius en la nostra parla, que no pas un

[25] El «bateig» de les dues posicions cal atribuir-lo, segons sembla, a Joan Barril, des de les pàgines de la revista *El Món*. En aquella època s'havien posat de moda els aliments *light* (baixos en calories, en greixos), el tabac *light*...

[26] Ricard Fité (1982), *Volem una llengua moderna*, publicat a la revista «Crònica».

fòssil enterrat fa segles, perdut per sempre, ens agradi o no, per a la llengua parlada, per més genuí que sigui.» (Fité 1982: 25).

Enfront de la proposta que acabem d'esmentar s'alçaran veus de tots els àmbits, a favor i en contra. Les posicions contràries es poden resumir en dues (v. Solà 1987: 159-164). La primera, la dels partidaris del model fabrià tal com s'havia aplicat fins aleshores (o amb matisos poc importants), que acusaven els *light* de voler acostar la llengua al castellà, i per tant d'espanyolitzar-la, de degradar-la, etc.

Aquests arguments eren més aviat resistencials i no encaraven el problema real, ben detectat pels *light*: els mitjans de comunicació escrits i audiovisuals exigien una varietat de recursos que el model no estava en condicions de donar. Ara bé, els anomenats *heavy* assenyalaven una qüestió evident: la reforma fabriana de principis de segle no es pot separar de la presa de consciència nacional (v. *supra*): Fabra no era només un «tècnic lingüístic», i els *light* justament volien apartar el cultiu de la llengua de qualsevol nosa extralingüística. Això els va valer crítiques furibundes i apassionades. Se'n queixava, amb raó, Joan Sellent, en un article –que no es va arribar a publicar a cap diari– titulat significativament «Moros i fabrians»:

Voler potenciar al màxim la funció comunicativa del llenguatge prescindint d'apriorismes simbòlics i nacionalistes no és que sigui mal vist: és que, senzillament, resulta inconcebible. Qui gosa posar en qüestió –ni que sigui esgrimint un currículum professional– aspectes normatius del català per potenciar-ne la funcionalitat és automàticament objecte d'irats anatemes que l'acusen, no pas de no ser nacionalista –o de no ser-ho prou–, sinó de ser nacionalista espanyol (Sellent 1992: 79).

La segona posició contrària als *light* estava representada pels departaments de llengua catalana de les universitats «perifèriques»[27], que denunciaven les nefastes conseqüències que tenia per a la comunitat lingüística l'aplicació d'un model basat en una única varietat, perquè significava un empobriment de la llengua, ja que implicava renunciar a les possibilitats que oferia el diasistema. En la crítica incloien també el model de llengua de les emissores de la CCRT, molt més influent, en aquest cas, que el de la llengua escrita. I el més greu era –argumentaven– que, pel fet de ser la «llengua dels mèdia» obtenia un prestigi que alhora es negava a les varietats preterides, de manera que els parlants «exclosos» del model podien rebutjar-lo, o acceptar-lo i rebutjar el propi. No cal

[27] N'és una mostra l'article signat pel Departament de català de l'Estudi General de Lleida (1986), publicat a la revista *El Món* (31-I-1986), titulat significativament «El català, llengua nacional o idioma municipal?».

dir que la situació resultant afectava greument la cohesió de la comunitat lingüística catalana, perquè el valor simbòlic que aquesta comunitat atribueix a la llengua dels mèdia no funciona si aquesta llengua se sent com a estranya. En conseqüència, reclamaven dels responsables dels mitjans públics nacionals que prenguessin les mesures oportunes per garantir la presència de la diversitat dialectal en la ràdio i la televisió.

Els elements que intervenen en la polèmica són els mateixos que ja apareixien a principi de segle. Recordem que Fabra també propugnava una llengua moderna i funcional, que no s'allunyés gaire de la parlada i basada en la varietat central barcelonina. La diferència, però, és que el Mestre considerava que el procés de construcció del català modern era inseparable de la construcció d'una consciència nacional catalana. D'aquí la importància que concedia a la depuració de castellanismes, a garantir la independència lingüística del català.

El fabrisme encarcarat dels anys de la darrera dictadura va posar l'accent sobretot en l'aspecte «nacional» de la llengua, més que en el funcional. No hi havia gaires possibilitats de treballar per la cultivació, en unes circumstàncies tan adverses, però el resultat d'inclinar tant la balança cap a la genuïnitat va resultar empobridor.

Ara, en canvi, es proposava una llengua moderna a partir de les necessitats funcionals, una llengua al servei dels usuaris. La consciència nacional o el patriotisme no hi tenen res a veure.

## 4.1. El llibre d'estil del «Diari de Barcelona»

Les propostes lingüístiques *light* van ser exposades també en diverses obres. La primera, el 1986, de títol significatiu, fou *Verinosa llengua*, de Xavier Pericay i Ferran Toutain, amb pròleg de Joan Ferraté. Posteriorment alguns dels lingüistes d'aquesta tendència van formar el Grup d'Estudis Catalans (GEC), que a part de defensar els criteris exposats més amunt, proposava a l'Institut d'Estudis Catalans l'admissió d'una llista de paraules que consideraven que havien de formar part de l'estàndard. Llista que van publicar a *El barco fantasma (1982-1992)*[28], juntament amb una selecció d'articles apareguts a la premsa sobre la polèmica entorn del model lingüístic.

La preponderància del corrent *light* en els mitjans de comunicació era un fet, i és evident que les seves propostes han configurat el model de llengua

[28] La paraula *barco*, avalada per lingüistes com Coromines, i defensada pels *light*, no ha estat acceptada encara pel IEC.

dels mèdia que s'ha consolidat posteriorment. L'intent més agosarat d'aplicar-les es va produir arran de l'adquisició del *Diari de Barcelona*, degà de la premsa continental, per l'ajuntament de la ciutat, que el va cedir a les empreses Zeta i Once, amb la condició que el diari sortís en català. Com a responsable lingüístic es va contractar un dels autors de *Verinosa llengua*, Xavier Pericay.

Com a resultat de la feina de Pericay, representant conspicu del corrent *light*, l'any 1987 va aparèixer el primer llibre d'estil per a un diari en català: es titulava *Un model de llengua pels mitjans de comunicació*, i en el títol mateix hi havia la voluntat de transcendir el marc d'una única publicació.

El volumet, de 110 pàgines, conté els apartats convencionals de tots els manuals d'estil periodístics (principis, criteris informatius, normes de redacció i estil, convencions, etc.), i una part on s'explica el model de llengua, «La llengua del diari», de la pàgina 23 a la 43. En l'apartat del model de llengua es reflecteixen fidelment les posicions *light* (varietat barcelonina, exclusió d'arcaismes i dialectalismes...), i ja s'adverteix de dues normes especialment polèmiques que adoptarà de la publicació: l'ús sistemàtic del perfet perifràstic i la supressió de la preposició composta *per a*. En l'apartat «Criteris lingüístics i normes d'ús» es donen els 30 punts que caracteritzen l'opció del diari respecte al model de llengua. N'esmentarem els més significatius: En morfologia nominal, defensen els plurals femenins de noms d'ofici moderns en –a (*advocada* millor que *advocadessa*); opten pels plurals *discos, bojos, textos* i similars (enfront de *discs, boigs, texts*); opten per les formes col·loquials en les combinacions de pronoms proclítics o enclítics, si la forma literària no hi coincideix (*coneixe'l, digue'm, anem's-en*; enfront de *conèixer-lo, digues-me, anem-nos-en*); la combinació *l'hi* pot equivaler a *l'hi, la hi* o *li ho*; en morfologia verbal, a part d'optar sistemàticament pel perfet perifràstic, accepten *sigut* com a participi de *ser*, i *valdre* (i *prevaldre, equivaldre*, etc.), al costat de *valer*, etc., i sempre usaran *pendre* (en lloc de *prendre*); admeten *prous, masses* i *forces* en casos de noms comptables; admeten *al* + inf. amb valor causal; pel que fa als relatius, prescindeixen del relatiu possessiu (*l'home els vicis del qual...*) i admeten el col·loquial (*La sala que els balcons donen...*); proscriuen absolutament els possessius *llur, llurs*, igual que els arcaismes (llista: *àdhuc, aital, ans, car, ço, d'antuvi, de bell antuvi, ensems, hom, llur, manta* (adj.), *nogensmenys, per tal com, puix (que), quelcom*); prefereixen *no obstant* a *no obstant això*, i donen llistes de mots (poc usuals) que caldrà substituir per una altra llista (de més usuals). També prefereixen *tenir, fer, voler, estar(-se), quedar(-se), anar a, començar, acabar, haver-hi* als sinònims més «literaris (?)» *disposar de, comptar amb, efectuar, realitzar, desitjar, romandre, dirigir-se a, iniciar, endegar, finalitzar, cloure, produir-se*.

Així mateix es pronuncien respecte a algunes formes que consideren «genuïnes i usuals», i que convé que no siguin substituïdes per manlleus innecessaris; defensen: *afanyar-se, al capdavall, amoïnar-se; cap, res, ningú, enlloc, mai, gens* (en frases interrogatives, negatives i condicionals), etc.

Finalment, en els dos darrers punts es comenten unes quantes formes «històricament legítimes», avalades per lingüistes de prestigi (sobretot Coromines), i un grapat del que anomenen «castellanismes històrics», també amb els corresponents avals, tots els quals haurien de figurar al diccionari normatiu, i que apareixeran normalment a les pàgines del diari.

## 4.2. Influència del llibre d'estil del *Diari de Barcelona*

Molts dels trenta punts que hem esmentat a l'apartat anterior ja formaven part, en aquells moments, de l'«estil» dels mitjans, i d'altres tipus de publicacions[29]. La major formació lingüística de correctors i assessors els feia distingir els diversos registres. El model, amb la sacsejada dels lingüistes *light* o sense, s'hauria mogut en aquesta direcció.

El cert és que, llevat de la proposta de suprimir la preposició *per a* i alguns altres detalls poc rellevants, podem dir que els criteris del primer manual d'estil s'han anat reproduint en tots els que l'han succeït (però v. *infra*), i que el perfet simple ha deixat el lloc al perifràstic, en la premsa del Principat[30], que resulta difícil trobar al diari paraules com *àdhuc, hom, llur*, etc., si no és amb una intenció clarament connotada, que *al* + inf. campa per la premsa de més difusió, etc., etc. Pel que fa a les propostes d'incloure determinats mots legítims o castellanismes històrics o arrelats al diccionari normatiu, Ricard Fité (2004) constata que la primera edició (1995) del IEC recull el 65% dels de les «formes històricament legítimes» i els «castellanismes històrics» que proposava el llibre d'estil del *Diari de Barcelona* l'any 1987: *dero, cuidar, desaiguar, melancolia* i *verdader* (formes legítimes), i *afició, aficionar-se, aficionat, calido, carrera, entrega, entregar* i *guapo* (castellanismes històrics); en total, tretze sobre les vint proposades.

Tot i que els llibres d'estil posteriors han seguit bàsicament l'estela marcada pel del *Diari de Barcelona*, n'hi ha que han aprofundit més en aspectes estilístics, com el d'*El 9 Nou* o el d'*El Punt*, o bé han eixamplat generosament la permissivitat en el terreny del lèxic, com el de l'*Avui* o el d'*El Periódico*.

[29] Per exemple, dels manuals escolars que s'havien començat a editar a finals dels anys 70.

[30] No passa el mateix amb el *Diari de Balears*, publicat a Palma de Mallorca.

Ricard Fité, un dels lingüistes que més han influït en la configuració del model de llengua de la premsa catalana[31], justifica l'admissió de nombrosíssimes paraules no normatives, perquè

«[...] s'intueix que aquests mots ja s'han integrat tan naturalment en la llengua, sense posar en perill cap dels seus pilars fonamentals, i hi han arrelat tant, que fins i tot pel bé de la mateixa llengua surt molt més a compte considerar-los catalans, en tant que ja en formen part, que no pas rebutjar-los en benefici d'unes alternatives que més sovint que no sembla desvirtuen les tendències evolutives del català actual» (Fité 2004: 35).

En conseqüència, un llibre d'estil com el d'*El Periódico* inclou una munió de mots, «interferències volgudes», segons Fité, marcades amb una boleta (signe de tolerància): *a expenses de, aguantar el tipus, airbag, a jutjar per, a l'espera de, alfombra, altell, anar de cul, anar per lliure*, etc.

Fité justifica l'aclaparadora allau d'exemples d'usos permissibles perquè el lèxic és «la part més externa de la llengua, menys estructural, més perifèrica, si el comparem amb la morfologia i sobretot amb la sintaxi» (Fité 2004: 34), però aclareix que «els diaris tenen molt d'interès a no deixar-se interferir per les llengües veïnes (no solament pel castellà, també per l'anglès)» (Fité 2004: 34). Ara bé, el realment preocupant és la interferència sintàctica, la menys visible:

Un cop explicada aquesta interferència volguda, m'agradaria referir-me [...] a la interferència més invisible, la que costa més de veure perquè els manuals de català no en parlen o en parlen poc, i els llibres d'estil gens. Traduint del castellà al català et trobes moltes vegades que no saps si aquell ordre de la frase, aquella manera de dir, aquella imatge, també són possibles en català i per tant es poden traduir literalment, o bé has d'alterar aquell ordre o buscar una altra mena de frase perquè per inèrcia estàs calcant el castellà (Fité 2004: 36).

## 4.3. Un altre model, ¿és possible?

L'any 2005 apareixia a la xarxa el llibre d'estil de Vilaweb[32], un diari electrònic que arriba a totes les terres de parla catalana, atribuït al responsable lingüístic de la publicació, Jem Cabanes[33]. A la introducció s'explicita clarament

[31] Membre del Grup d'Estudis Catalans, és autor del *Llibre d'estil* del diari *Avui* i coordinador lingüístic de l'edició catalana d'*El Periódico de Catalunya*.

[32] http://10anys.vilaweb.com/llibreestil/pdf/Llibreestil-v1.pdf

[33] Jem Cabanes fou durant molts anys corrector del circuit català de RTVE i en la polèmica sobre el model de llengua dels anys 80 fou molt crític amb les posicions *light*.

que no pretén ensenyar als periodistes el que ja haurien de saber (llengua), i que enllaça amb l'obra de Fabra:

Seguint l'orientació lingüística general d'en Fabra i les propostes raonades que s'hi inspiren i la continuen, no senten la necessitat [aquestes pàgines] de qüestionar la bona feina feta; simplement hi remeten. Això vol dir que parteixen del coneixement d'aquest model i del designi que el sustenta: el de bastir una llengua estàndard nacional, no pas regional, apta per a tot el domini lingüístic i aclarida de tota interferència innecessària, sobretot si en mina el sistema (p. 5).

El llibre d'estil de Vilaweb vol aprofitar les possibilitats del diasistema sense limitacions; per tant, –diuen– s'enfrontaran amb les interferències lèxiques o sintàctiques pouant en la llengua popular i en les varietats geogràfiques, sense menystenir tampoc els arcaísmes[34]. El manual es preocupa molt dels aspectes estilístics de la llengua periodística, precisió, concisió, claredat, però sense sacrificar-hi mai la genuïnitat.

Genuïna [la llengua], que vol dir que es prefereixen, sense apocament, els recursos propis, sintàctics i lèxics. La genuïnitat contribueix, d'una banda, a la claredat perquè es basa en l'ús d'un fons comú sedimentat. D'una altra, ja que defuig la promiscuïtat, facilita la univocitat o, si més no, limita l'equívoc. I com que evita la supeditació de la llengua, no solament en manté el marc de referència que potencia la intercomprensió, ans també coopera a perpetuar-la (cosa important en una llengua petita i assetjada com la nostra) i a recuperar-la tant com calgui i convingui (p. 6).

Fidel a la seva declaració de principis «bastir un estàndard nacional», aquest llibre d'estil fixa de l'ús de la nomenclatura, que ha de ser «autocentrada»: l'adjectiu «nacional» és sinònim de «català», i mots com «govern» només poden designar el govern català, etc.

S'haurà d'anar seguint la viabilitat d'aquest model per veure si realment pot arribar a ser diferenciador, i sobretot, com pot influir en el llenguatge periodístic d'altres mitjans. Representa la reintroducció dels factors extralingüístics en la caracterització del model, el retorn a Fabra.

[34] Recornanen, per exemple, l'ús de la conjunció car, per eixamplar el camp dels connectors causals.

## 5. Conclusions

Amb la recuperació dels espais d'ús que havia perdut amb el franquisme, la llengua catalana es troba, sobtadament, en una situació nova. Noves exigències comunicatives impliquen recursos diferents dels usats en el període dictatorial. El model del fabrisme encarcarat no podia funcionar, ni en la premsa diària ni en els mitjans audiovisuals. Moltes de les propostes dels lingüistes *light* eren ja una realitat en llibres de text, publicacions periòdiques o en obres literàries (abandó d'arcaismes, preferència per les opcions més acostades a la llengua oral, tant en morfologia com en lèxic).

Ara bé, l'opció per l'acostament a la llengua «del carrer» resulta equívoca. Si la llengua del carrer és la llengua col·loquial, és evident que en català no hi havia un estàndard col·loquial; hi havia, això sí, molts carrers i molts col·loquials interferits. Als lingüistes *light* se'ls retreia que pensessin en el «seu» carrer quan parlaven de llengua del carrer, i això vol dir desaprofitar els recursos del diasistema, dels altres carrers.

El model de llengua que s'ensenyava durant el franquisme era resistencial i basat en els valors patriòtics. No servia, ara. Però, ¿quines conseqüències podien derivar-se de posar l'accent exclusivament en la funcionalitat de la llengua, i no en la «puresa»? ¿Es possible, això, en una situació social en què la pressió asfixiant de la llengua oficial de l'estat fa que el domini del català trontolli en tots els àmbits i en tots els individus? Perquè, si es dóna entrada a tota mena de castellanismes amb l'argument que s'usen en la llengua del carrer, s'elimina lentament la diferenciació lèxica entre les dues llengües en contacte, s'abandona la idea que el català sigui una «llengua independent», com pretenia Fabra. En cas de dubte, la temptació de recórrer al calc o a la imitació dels recursos de la llengua veïna és inevitable. Al cap i a la fi, si ja hi ha una manera de dir les coses, de cobrir els buits, de resoldre cada nova exigència –encara que aquesta solució no sigui genuïna–, ¿per què cal trencar-se el cap buscant-ne una altra? La resposta, si només tenim en compte el caràcter funcional que ha de tenir la llengua, és òbvia.

En tota aquesta polèmica sap greu que s'hagi oblidat que ja hi havia premsa escrita abans de la guerra, i molt ben escrita, per cert. Perquè l'eficàcia d'un text no es pot mesurar en nombre d'«àdhucs» o «llurs»; en aquest sentit, la polèmica se centrava excessivament en el terreny lèxic. Un bon grapat d'articles de Creixells, de Planas, de Soldevila... són perfectament actuals. En canvi, també és cert que alguns articles del primer *Avui* eren il·legibles, ja quan van sortir, però no només perquè els escriguessin amb un model de llengua inaplicable.

Fité reclama ara que es pari atenció en la sintaxi, en la fraseologia, que és el fonamental de la llengua. Però amb el mateix criteri que es dóna entrada a les interferències volgudes en nom de la «funcionalitat» (o comoditat), de l'acostament a la llengua del lector, ¿en nom de quin criteri ens hauríem de preocupar de «conservar» la manera de dir sintàcticament genuïna del català?

## Bibliografia


Artells, Eduard (1969): *Llenguatge i gramàtica I*, Barcelona: Barcino.

Benet, Josep (1995): *L'intent franquista de genocidi cultural contra Catalunya*, Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.

Bibiloni, Gabriel (1997): *Llengua estàndard i variació lingüística*, València: Ed. 3 i 4.

Casals, Daniel (2001): «Les polèmiques entre *lights* i *heavies* i les seves repercussions en l'elaboració dels models lingüística per als mitjans de comunicació de massa», a Pradilla, Miquel Àngel (ed.) *Societat, llengua i norma. A l'entorn de la normativització de la llengua catalana*, Benicarló: Alambor, pp. 127-162.

Coromina, Eusebi (1991): *El 9 Nou. Manual de redacció i estil*, Vic: Ed. Eumo.

Esquerra, Ramon (2006): *Lectures europees*, Barcelona: L'Albi.

Fabra, Pompeu (1907): *Sobre diferents problemes pendents en l'actual català literari*, Barcelona: «Anuari» de l'Institut d'Estudis Catalans, I, pp. 352-369.

Fabra, Pompeu (1919-1928): «Converses filològiques», *La Publicidad / La Publicitat* (Barcelona), ed. de Joaquim Rafel (2 volums, dels tres previstos), Barcelona: Edhasa 1983-1984; aquí citem pel número de l'ed. de Rafel.

Fabra, Pompeu (1924): *L'obra de depuració del català*, Barcelona: Ateneu Barcelonès.

Fité, Ricard (1982): *Volem una llengua moderna*, «Crònica», maig.

Fité, Ricard (1997): *Avui. Llibre d'estil*, Barcelona: Empúries.

Fité, Ricard (2004): «La interferència lingüística en la llengua dels diaris», a *Quin[s] model[s] de llengua escrita per als mitjans de comunicació?*, Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.

Franquet i Calvet, Rosa (1986): *Història de la radiodifusió a Catalunya. (Del naixement al franquisme)*, Barcelona: Edicions 62.

Gómez Mompart, Josep Lluís (1992): *La gènesi de la premsa de masses a Catalunya (1902-1923)*, Barcelona: Pòrtic.

Grijelmo, Álex (1997, 2001): *El estilo del periodista*, Madrid: Taurus.

Grup d'estudis catalans (1992): *El barco fantasma*. Barcelona: Llibres de l'Índex.

Lamuela, Xavier i Josep Murgades (1984): *Teoria de la llengua literària segons Fabra*, Barcelona: Quaderns Crema.

*Llibre d'estil. «El Periódico de Catalunya»* (2002): Barcelona: Primera Plana S. A.

López del Castillo, Lluís (1976): *Llengua standard i nivells de llenguatge*. Barcelona: Laia.

Munsó i Cabús, Joan, et al. (1980): *Breu història dels programes en català a RTVE*. Barcelona: Gabinet de RTVE.

Pericay, Xavier i Ferran Toutain (1986): *Verinosa llengua*. Barcelona: Empúries.

Pericay, Xavier (1987): *Un model de llengua pels mitjans de comunicació*, Barcelona: Empúries.

Pla, Josep (1950): *Retrats de passaport*, Barcelona: Destino.

Planas, Josep M. (2001): *Nits de Barcelona*, Barcelona: Proa.

Polanco, Lluís B. (1984): «La normativa al País Valencià. Problemàtica i perspectives», a *Problemàtica de la normativa del català. Actes de les Primeres Jornades d'estudi de la llengua normativa*, Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.

Polo, Irene (2003): *La fascinació del periodisme. Cròniques (1930-1936)*, Barcelona: Quaderns Crema.

Professors de Filologia Catalana de l'Estudi General de Lleida (1986): *El català, llengua nacional o idioma municipal?*, *El Món*, 31-I-1986, p. 26.

Rafel, Joaquim (ed.) (1983-1984): V. Fabra (1919-1928).

Rico, Albert (1989): «Els diccionaris usuals i la llengua normativa. El cas dels mots dialectals», a *Actes de les Terceres Jornades d'Estudi de la llengua normativa*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.

Segarra, Mila (1985): *Història de la normativa catalana*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana.

Sellent Arús, Joan (1992): «Moros i fabrians», a Grup d'estudis catalans, *El barco fantasma (1982-1992)*, Barcelona: Llibres de l'Índex.

Sentís, Carles (2004): *L'instant abans del 36*, Barcelona: La Campana.

Solà, Joan (1977): *A l'entorn de la llengua*. Barcelona: Laia.

Solà, Joan (1987): *L'obra de Pompeu Fabra*. Barcelona: Teide.

Soldevila, Carles (2004): *Fulls de dietari. Una antologia*, tria i ed. de N. Santamaria, Barcelona: Selecta.

Toutain, Ferran (1982): *Per un ús normal del català*, «Ciència», juny.

Vilaweb (2009): *Llibre d'estil*, http://10anys.vilaweb.com/llibreestil/pdf/Llibreestil-v1.pdf.

# II.
# COMUNICACIÓN Y LIBROS DE ESTILO

Santiago Alcoba (coord.), Ramón Sarmiento, José Manuel Pérez Tornero *et al.*; ed. Margarita Freixas, María J. Machuca y José María Perceval, Barcelona, 2009. Publicación electrónica en http://mediamentor.org/es/publications
ISBN: 978 - 84 - 692 - 3369 - 6

# TELEVISIÓN Y LIBROS DE ESTILO. DE LA IDENTIDAD NORMATIVA A LA REGULACIÓN COMUNITARIA

José Manuel Pérez Tornero
*Universitat Autònoma de Barcelona*

«Every time anyone writes a script for BBC News they are potentially touching the lives of millions of people – through radio, TV and the Internet. That is the privilege of working for one of the biggest news organisations in the world. It brings with it responsibilities. BBC News is expected to set the highest standards in accuracy, fairness, and impartiality – and in the use of language. Clear story-telling and language is at the heart of good journalism. This style guide will help make your journalism stronger and connect better with our audiences. As my first news editor on a small weekly paper used to say: "Keep it plain and keep it simple." It still holds true» (*BBC Style Guide Lines*).

«*Tía no te saltes el eje*» (Título de un vídeo de You Tube).

«El cine fabrica memoria, la televisión olvido» (Jean Luc Godard).

## 0. Introducción: ¿Sobrevivirán los libros de estilo?

Los libros de estilo suponen un esfuerzo para obtener identidad: mantener un lenguaje correcto, un estilo propio, y construir, de este modo, la figura singular de un medio.

La «identidad» mostrada y marcada, como hacen los libros de estilo, constituye un signo de reconocimiento, es decir, un camino hacia la consolidación

de lo que se ha llamado el *contrato enunciativo* (Greimas-Courtés, 1991) y comunicativo que liga al emisor y al receptor.

Hace veinte años, cuando los libros de estilo empezaron a proliferar en nuestra geografía comunicativa, parecían una empresa noble, digna, valiente y eficaz. Eran el medio para la renovación de un pacto con el público. Se pasaba de una comunicación vertical a un intento de horizontalizar la comunicación, o, al menos, de hacer más transparente el conjunto de reglas en que ésta se daba.

En televisión se trataba de pasar de la *paleo-televisión*, como la llamó Eco, es decir, una televisión jerárquica, instructiva, superior, a un neo-televisión que iba la búsqueda de una relación más cordial con el espectador.

¿Qué son hoy día los libros de estilo en un mundo mediático como el que nos encontramos? ¿Qué pueden ser los libros de estilo en una televisión que abandonó la época *paleolítica*, pero que deja también la *neo-televisión* y avanza hacia la pluralidad y la multiplicación? ¿Qué función pueden cumplir si estamos pasando de la escasez televisiva al diluvio audiovisual sin solución de continuidad?

¿Puede haber identidad cuando hay miles de horas de televisión de oferta diaria? ¿Puede mantenerse siquiera la ficción de un contrato estable entre espectador y cadenas cuando la fragmentación domina el modo de consumo?

Cuando lo que se discute es una desestructuración de las identidades de los públicos, ¿qué identidad pueden mantener los medios?

Cuando no sólo los medios convergen, sino que emergen nuevos medios y nuevas relaciones comunicativas, ¿qué sentido tienen las normas de estilo?

Cuándo para significarse, más que normas, se pone de moda la trasgresión, ¿qué sentido pueden tener los libros de estilo?

Cuando, en una sociedad dominada por la deslocalización y la globalidad, los medios tienen dificultades para reformular su espacio y su territorio, ¿cómo pueden saber qué normas tienen que organizar su imagen y figura?

Trataremos de reflexionar y de intentar preguntarnos acerca de algunas de estas cuestiones en las páginas que siguen.

## 1. El problema: dificultades y cambios de los libros de estilo actuales

Voy a referirme a dos fenómenos fundamentales que afectan a los libros de estilo actuales y que provienen de la nueva situación mediática con que nos encontramos a principios del siglo XXI:

-la **enorme dificultad con que se encuentran los actuales libros de estilo a la hora de establecerse como normas operativas** en un mundo mediático cada vez más amplio, más global, y más complejo y diversificado[1];

-**el cambio fundamental que se está produciendo en el contrato enunciativo y comunicativo** –y las responsabilidades que de éste se derivan– entre un medio de comunicación y su público[2].

Para tratar de identificar estos dos aspectos, lo que me he propuesto hacer es señalar algunos **aspectos nucleares de la función que cumplen** –o cumplían– los libros de estilo –a lo cual dedicaré una parte de este trabajo– y, a continuación, describiré **los cambios esenciales que se están produciendo en el entorno mediático** de nuestros días y que afectan directamente a estos aspectos nucleares y, por extensión, a la función misma de los libros de estilo.

En un segundo plano, intentaré avanzar la idea de que **los libros de estilo deben reformularse** para adaptarlos a las nuevas funciones que cumplen los medios en el nuevo contexto. Tal vez tengan que abandonar la noción de estilo e, incluso, dejar de ser libros[3].

## 1.1. Más allá de la retórica de la emisión: Nuevos procesos reguladores

En concreto, esto significa –desde mi punto de vista– que debemos pasar de unas normas que actúan, como veremos más adelante, básicamente como *referencias indicativas*, y que sirven esencialmente para *manifestar*[4] al sujeto emisor, a otro proceso regulador de carácter cooperativo y transaccional; lo cual se corresponde mejor con un universo mediático que se aleja a marchas forzadas de una arquitectura estructural basada en la difusión centralizada y

[1] Lo que hace que muchos libros de estilo pierdan su capacidad de influencia en lo que sucede.

[2] Al cambiar la situación de comunicación, muchas de las normas que hasta ahora se consideraban justificadas y válidas hasta ahora están entrando en cuestión.

[3] Abandonar la noción de estilo significaría, tal vez, basar la identidad del medio en cuestiones más amplias y profundas que la mera selección superficial –en el sentido de génesis semiótica– en que ahora se basan. Abandonar el concepto de libro, quiere decir sustituir el carácter lineal y escritural de un libro por otros dispositivos operativos más pragmáticos: correctores, depósitos léxicos, sistemas expertos, etc.

[4] Queremos decir, mostrar al sujeto emisor, presentarlo ante su público de la manera en que conscientemente este quiere auto-presentarse.

se acerca, paulatinamente, hacia la configuración de lo que se denominan redes sociales o a lo que algunos autores han denominado redes de producción social.

Tengamos en cuenta que los libros de estilo han sido y son repertorios retóricos y éticos, un dispositivo metalingüístico orientado a fijar selecciones léxicas y sintácticas, además de operativas y discursivas. En este sentido, se han planteado siempre respetar la semiótica del emisor, la expresión, el discurso enunciado. Pocas veces se han planteado como retórica de la recepción y menos de la retórica de la interacción o del diálogo.

En el futuro, no habrá norma discursiva que no tenga que plantearse esta interacción mutua ente sujetos de la enunciación, que pueda dejar de lado la recepción y el efecto de la producción cooperativa.

No habrá espacio comunicativo sin una nueva regulación de las normas contextuales, de interacción y de estructuración dialógica o convencional del discurso.

Y no habrá regulación que pueda dejar de contemplar los aspectos cognitivos y pragmáticos de la emisión, de la recepción y de la interacción conjunta, que pueda olvidarse de que los textos ya no existen linealmente, sino hipertextualmente, que son ya hipermedia construidos socialmente.

## 1.2. La transformación televisiva

Todo ello lo situaremos en el marco del tema que se nos ha propuesto como origen de este texto sobre televisión y libros de estilo.

Así, nos referiremos, siempre que sea posible, a este tema y observaremos, fundamentalmente, los cambios que están afectando al medio televisión.

Trataremos, pues, de exponer cómo la televisión convencional está cambiando aceleradamente y cómo aparece una nueva televisión más diversificada, más interactiva y más *participada* socialmente.

La televisión ya no se emite desde arriba, ya no es sólo la libertad que proporciona el *zapping*, empieza a ser un tejido complejo de interacciones, de producción participada, mezcla de la industria más pesada y compleja y, al mismo tiempo, de la artesanía más elemental.

La nueva televisión se declina en satélite, cable, en código analógico y digital, en emisión continua o en la interacción que permite Internet; es, a la vez, global y local; es grande y pequeña.

La nueva televisión es la televisión del pueblo, de la región, la convencional y la alternativa, el vídeo en el metro, la televisión en las farmacias, los paneles audiovisuales, el *You Tube* y la CNN, *Al Jazira* y la televisión de Gracia o la

que se emite en las prisiones, el vídeo de un cajero automático o el que retiene las imágenes a través de un teléfono móvil.

La televisión actual no es sólo entretenimiento; es vídeo de denuncia, vídeo de vigilancia, vídeo pragmático, nueva forma de consumo y de participación... Es, en definitiva, una televisión que se declina de un modo muy complejo y plural.

## 2. Naturaleza de los libros de estilo

### 2.1. Características generales de los libros de estilo

Los libros de estilo de los medios de comunicación han sido desde su origen un conjunto heteróclito de normativas lingüísticas, protocolos profesionales, principios éticos, y, sobre todo, la formulación activa de un estilo propio del medio, compuesto, pues, por una mezcla de normas sustantivas, comportamentales (profesionales) y estéticas.

A partir de esta realidad, los libros de estilo han sido y son:

-un elemento clave para lograr construir una **imagen específica** ante su público, y, por otro lado,

-la propuesta de un **contrato enunciativo y comunicativo** con su audiencia.

Trataremos de presentar en este apartado algunas de las características de los libros de estilo que los definen como tales y que, como iremos mostrando, están entrando en crisis con la conformación de un nuevo entorno mediático.

En concreto nos referiremos a tres rasgos esenciales de los libros de estilo:

-Su carácter normativo, que actúa como una especificación de otras normas más generales y, por tanto, se presenta como norma reglamentaria o secundaria.

-Por otro lado, el carácter que tienen los libros de estilo de conectar y proyectar las citadas normas como un artificio retórico para la construcción de la propia imagen del medio, es decir para forjar su propia identidad.

-Finalmente, la relación entre esas normas y la formulación de una especie de contrato enunciativo y comunicativo entre el medio y su público. Contrato que, de alguna manera, proyecta la responsabilidad corporativa del medio.

## 2.2. La normatividad segunda

Un Libro de estilo expresa un conjunto de decisiones del medio en relación al uso de ciertos lenguajes y en relación con ciertos estándares de la profesión periodística. En este sentido, no puede dudarse de que instituye ciertas normas y crea protocolos que han de regir y aplicarse en el marco de la empresa o institución que constituye el propio medio.

En realidad, la mayoría de estas normas vienen presentadas por los diferentes libros de estilo como normas suaves, más bien como un conjunto de referencias e indicaciones que no suponen ningún tipo de constricción obligada para el periodista, y que, en todo caso, se deben entender como una continuidad del recto entendimiento de las **normas del idioma** que se utilicen –si están referidas a aspectos lingüísticos– o **normas opcionales derivadas** de una profundización y una comprensión precisa de la misión del periodismo.

No obstante, cuando se analizan con detalle las normas presentadas en el conjunto de Libros de estilo, lo que se advierte es que, pese a la retórica con que se presentan, las indicaciones actúan como normas y, específicamente, como normas restrictivas, pero además convencionales y, en muchos casos, con una justificación que sólo se basa en la decisión del propio medio.

Entenderemos mejor el carácter de esta norma si analizamos sus fuentes.

La fuente y origen de estas decisiones, normas y protocolos presentados en los libros de estilo es doble:

**Fuente general**: De un lado, es evidente que buena parte de las indicaciones, normas y protocolos presentes en los libros de estilo derivan de las convenciones más usuales existentes en el uso de un idioma. Se sostienen, se apoyan en otras normas de índole más general, con las que son congruentes. Esas normas son, por ejemplo, las normas lingüísticas y las normas periodísticas –que responden en ambos casos a un proceso de institucionalización formal o informal de sistemas de comportamiento. A veces, incluso, muchas de las indicaciones de un libro de estilo y de sus protocolos son sencillamente redundantes con relación a otras normas pre-existentes.

**Fuente particular**: Por otro lado, las decisiones y protocolos del libro de estilo se apoyan en la voluntad específica y propia del medio de dotarse a sí mismo de una auto-regulación concreta; en este sentido, se trata de un acto normativo, singular y específico.

Por tanto, podríamos situar el papel de los libros de estilo en el punto exacto en el que Coseriu situó lo que denominó ***norma del lenguaje***, es decir,

un ámbito de mediación entre la lengua y el habla. Pero es una norma con un ámbito de aplicación restringido, limitado al espacio de influencia del medio. La podemos denominar, entonces, norma contextual.

Entendiendo en este caso la *lengua* como el conjunto sistemático de leyes o reglas en que se apoya el uso de un idioma –es decir, en el caso concreto del castellano, el sistema que las gramáticas y diccionarios de todo tipo intentan aprehender y manifestar– y que la Academia (incluyendo aquí los centros de investigación) trata de interpretar proactivamente.

En lo que se refiere a las normas periodísticas, entenderíamos *lengua* como el conjunto de estándares y protocolos que se denominan en sentido amplio *periodismo*.

Por *norma* entenderíamos, en cambio, el conjunto de indicaciones, protocolos y reglas establecidas por el medio a partir de la *lengua* y que pretenden influir y condicionar el uso de esa lengua en el *habla*[5].

Los libros de estilo son, por tanto, subconjuntos de normatividad que se añaden y se complementan con el conjunto de reglas anteriores –que actúan como una especie de lengua.

Como corolario general, hay que decir que los libros de estilo al uso no son casi nunca transgresores, con respecto a las normas anteriores, sino que, de hecho, suelen añadir unas normas a otras y, de hecho, solapan reglas –dentro de una coherencia muy evidente– a otras normas que se consideran de rango superior.

En definitiva, los libros de estilo actúan con una **normatividad de segundo grado**, adjetivando normas más sustanciales o especificándolas, en todo caso, distanciándose sólo en aspectos no sustantivos[6].

[5] Siguiendo con el razonamiento, el uso concreto que un periodista hace del lenguaje, tanto en lo que se refiere al sistema lingüístico como al sistema periodístico sería el *habla*.

[6] Cf. como ejemplo de esta secundariedad lo que dice el libro de estilo de Vilaweb (2009: 5-6): «Però és que, ara i ací, es pot suposar el coneixement de la llengua, oimés quan les generacions ensenyades en català no es distingeixen pas per un domini de la llengua millor que el de les precedents, privades d'escola catalana? Segui com sigui, força llibres d'estil de la nostra àrea lingüística no solament no la suposen, ans n'esbossen models més o menys ajustats al sistema fabrià.

I tanmateix, aquestes pàgines volen suposar-lo, aquest coneixement. Seguint l'orientació lingüística general d'en Fabra i les propostes raonades que s'hi inspiren i la continuen, no senten la necessitat de qüestionar la bona feina feta; simplement hi remeten. Això vol dir que parteixen del coneixement d'aquest model i del designi que el sustenta: el de bastir una llengua estàndard nacional, no pas regional, apta per a tot el domini lingüístic i adarida de tota interferència innecessària, sobretot si en mina el sistema.

Conseqüentment i per damunt de tot, aquestes pàgines no tenen pas tant la intenció d'abordar el model o la gramàtica de la llengua, com la d'oferir uns criteris estilístics: redaccionals, terminològics, tipogràfics..., que dibuixin el perfil de la llengua periodística que es gesta a VilaWeb. Això

En este sentido, si aceptamos que la lengua es una semiótica y que, por otro lado, el conjunto de estándares periodísticos comúnmente asumidos dentro de la profesión periodística, adopta también el carácter de una semiótica –aunque orientada a la praxis–, entonces podemos afirmar que los libros de estilo son una semiótica segunda que se superpone a dos semióticas previas. Es decir, que cumplen la función que Lotman veía en una cultura: la de operar como un significado segundo, o una semiótica segunda con respecto a otra que consideraremos básica.

Es preciso retener este carácter de los libros de estilo como **semióticas segundas**, si queremos comprender la magnitud de los cambios que el nuevo entorno comunicativo está imprimiendo en las competencias semióticas y en la praxis de los diferentes actores en el mundo actual.

## 2.3. Los libros de estilo como autopresentación del medio y como postulantes del contrato comunicativo

Otra cuestión nuclear y esencial en los libros de estilo es la capacidad que demuestran para mostrarse como mecanismos que actúan en el campo de las relaciones entre el medio y su público.

Desde el punto de vista semiótico, deberíamos decir que los libros de estilo son la explicitación, o manifestación formal, por parte de un enunciador concreto, referida a dos ámbitos precisos:

no priva, certament, que alguns aspectes de llengua, especialment vulnerables o confusos, hi siguin recordats, amb el propòsit de seguir i prosseguir el model fabrià sense servilismes, però també sense renuncies. La fita que aquests apunts s'imposen és de cercar uns patrons redaccionals, estilístics, i lingüístics, generals i coherents; tan generals, que hi cabés tota la llengua genuïna, i tan coherents que no detonessin. Uns patrons que fossin prou còmodes perquè els redactors de VilaWeb s'hi trobessin a pler, i prou rigorosos perquè no en sofrís la qualitat d'una llengua clara, feta de precisió i concisió, i genuïna; i que fos, essencialment i sobretot, obra dels redactors que hi participen.

Clara, que vol dir intel·ligible. Doncs bé, la intel·ligibilitat està en l'ordre expositiu. Una informació ordenada, amb tots els elements que en formen part ben travats i relacionats, val a dir: sintàcticament ben cenyits, generalment serà clara. En canvi, una redacció desordenada, confusa, no ho serà gairebé mai, tant se val que la sintaxi sigui elemental, i el lèxic, ínfim. Ara, l'ordre emana, en primera instància, de l'esperit del redactor: no hi ha manera d'expressar clarament una idea o una percepció confusa. Tan sols una idea clara té possibilitats d'expressar-se meridianament.

Feta de precisió, que vol dir exacta en els termes, en les frases i en l'ordenació d'aquestes frases. Un terme ambigu, vague o massa genèric perjudica la precisió i, de retop, la claredat d'un text. I no diguem una frase o un període ambigus. És allò del pa, pa i el vi, vi. Aquesta precisió ha d'ésser necessàriament crítica del desgavell de sinònims en cadena que prodiga el discurs informatiu dels nostres dies, perquè és sovint confusionari i frivolitza la llengua i... la comunicació>.

-la autopresentación del mismo enunciador, y,

-la presentación de la relación que el mismo enunciador desea o pretende mantener con su enunciatario.

Así pues, el Libro de estilo actúa, al mismo tiempo, como escenario o mecanismo de la intervención del sujeto de la enunciación y, a la vez, como un operador pragmático de formulación –si se quiere parcial e informal– de lo que se denomina el *contrato enunciativo* y, más ampliamente, *contrato comunicativo*. Estos dos fenómenos lógicamente van unidos, pero deberían estudiarse por separado.

Consideremos la presentación de uno mismo por parte del medio.

Generalmente, se realiza mediante decisiones de tipo enunciativo. Por ejemplo, considerando que el enunciador se presenta en el discurso, instituye un punto de vista, y sitúa al destinatario o enunciatario en el otro extremo de la relación. Es éste un fenómeno básicamente formal.

Pero lo hace también de forma narrativa. En ese caso, el medio se suele presentar en los libros de estilo como un actante semiótico cuya misión le ha sido encomendada por un destinador superior y que tiene que conseguir un fin determinado u objeto.

En ese caso, las reglas que presenta el Libro de estilo son como el *debe ser* derivado de la misión asumida, pero, a la vez, las reglas que el sujeto mismo acepta en su camino hacia la realización.

Obviamente, este fenómeno de **narrativización discursiva** viene acompañado de un fenómeno de **investidura semántica**, que hace que un actante concreto, pueda cargarse de objetos de valor o de atributos precisos: defensor de la calidad, del respeto al pluralismo, de la equidad, de la identidad de un pueblo, etc.

El libro de estilo se presenta pues, como un código que el medio asume para el cumplimiento de su misión –encomendada por un destinatario que no aparece– y que se constituye como una herramienta para cumplir su tarea.

Encontraremos muchos tipos de misiones que subyacen en los distintos libros de estilo. Hay relatos, por ejemplo, el de la BBC, que pretende sostener el buen inglés en el mundo, el de Canal Sur, que busca construir un acento andaluz que rompa con la imagen de vulgaridad, o el de TV3.

Pero lo singular es que este carácter de código que asume el sujeto por sí mismo y que, de hecho, sólo depende de la misión que le ha encargado su destinatario, se convierte, desde su publicación, en un código que pretende regular las expectativas del receptor y que, por tanto, construye el código comunicativo.

Para entender con claridad el fenómeno que queremos mostrar, no basta, seguramente, con hablar de *enunciación* –fenómeno que se da siempre dentro del texto y que tiene un carácter formal básico–, sino que tendríamos que relacio-

narlo con el concepto de *marco de relación* señalado por Erving Goffman en infinidad de sus trabajos y que es más amplio que el de contrato enunciativo. Llamamos contrato comunicativo, pues, a la suma del contrato enunciativo y del relacional.

Por tanto, entenderemos que un Libro de estilo es un mecanismo de proyección y de normatividad que organiza y regula y, de alguna manera eleva a rango contractual, un marco relacional entre sujeto emisor y receptor y un determinado contrato enunciativo. Este contrato tiene como función fijar la praxis relacional entre el emisor y el receptor.

En este contexto y resumiendo lo dicho hasta el momento podríamos afirmar, pues, que las normas de referencia contenidas en los libros de estilo mediáticos son *normativas segundas*, que cumplen, esencialmente, dos tipos de funciones:

-unas de tipo identitario, es decir, de establecimiento de un conjunto de rasgos cuya finalidad es autopresentar al sujeto de la enunciación y dotarlo de un tipo de atributos de valor reconocibles por el público;

-y otras de tipo contractual, es decir, una estrategia encaminada a lograr establecer un marco de relación y un tipo de compromisos concretos entre enunciador y enunciatario.

## 2.4. Algunos casos

Veamos algunos ejemplos concretos que nos podrán sobre la pista de lo que queremos manifestar.

Sea el caso de un libro de estilo de televisión, *Canal Sur*. En su conjunto, en el libro de estilo de este medio se fijan normas lingüísticas, periodísticas y hasta éticas.

Atendamos a las lingüísticas primero. *Canal Sur* habla de los estilos de pronunciación y de los rasgos que presentan las distintas formas dialectales del castellano en su variedad andaluza. Se declara abierto a todas las modalidades del español, pero pone dos condiciones: que sean inteligibles y que no se alejen demasiado del estilo formal –alejarse del estilo coloquial es una obsesión para el Libro de Estilo de Canal Sur. Propone que cuando el habla empleada sea la andaluza, los profesionales se alejen lo más posible de lo «popular, de lo coloquial y de lo vulgar». Esta obsesión por que el andaluz no se identifique con lo vulgar y chabacano –además de revelar la existencia de una inseguridad reactiva, probablemente fruto de haber interiorizado la ecuación andaluz =

vulgaridad– supone de hecho una elección –por otro lado, poco precisa– entre estilos de pronunciación y de sintaxis que en teoría apoyan el pluralismo lingüístico, pero que en esencia, vienen a imponer una normatividad más restrictiva a los estándares del español. De hecho, este procedimiento sintoniza con lo que en el prólogo se constituye como la finalidad suprema del Libro de estilo de esa televisión: «una buena referencia para promover el uso debido del lenguaje audiovisual en la televisión andaluza»[7]. Y, también para promover una identidad andaluza «alejada de los tópicos y los estereotipos».

Vemos, pues, cómo el Libro de estilo se postula como norma respetuosa e otras normas, pero, a la vez, se convierte en instrumento para formular normas específicas que, en este caso, no buscan sólo identificar al medio sino, incluso, contribuir mediante la normativización del idioma a la construcción de una identidad.

Tomemos otro ejemplo del Libro de Estilo de *El País*. Las páginas que el Libro de estilo del *El País* dedica al uso de la lengua podrían categorizarse en dos grandes ámbitos. Uno de ellos es sencillamente un recordatorio de las normas de la gramática y de la sintaxis que bien pudieran ser sostenidas por la Academia de la lengua o bien, pudieran ser el fruto de alguna consulta realizada a esas normas, algo así como la jurisprudencia de las normas académicas. En este sentido, coincide con buena parte de las propuestas realizadas por el libro de estilo de Canal Sur: estamos ante un caso de referencia a normas externas, preexistentes, cuya mención tiene, en todo caso, una función pedagógica, interpretativa, como máximo.

Otras, sin embargo, pertenecen al espacio, menos convencionalizado y más ambiguo de lo que Coseriu llamó norma –es decir, a medio camino entre la lengua y el habla.

Por ejemplo, el uso dentro del castellano de palabras que provienen de otro idioma ibérico o hispánico. *El País* reclama, en estos casos, que los nombres de instituciones en lengua vernácula sean traducidos al castellano. Sin embargo, plantea algunas excepciones en función de la institución o del idioma.

Obviamente, este uso no puede deducirse de las normas de la Academia, ni tampoco puede encontrar su justificación en una exigencia proveniente de una exigencia comunicativa basada en el concepto saussureano de lengua. Más bien pertenecen a un proceso de decisión y de convención realizado por *El País*.

Se trata, sin duda, de una elección convencional por parte de *El País* que no responde más que a un acto de voluntad singular, fundamentado en esa misma voluntad –y, a su vez, este acto de voluntad sólo puede ser entendido en un macroacto de afirmación de un estilo como rasgo identificatorio del propio

[7] Libro de Estilo de Canal Sur, pág. 7.

periódico y que, si es pertinente, guarda coherencia con otro conjunto más amplio de elecciones.

Muy probablemente, en esta cuestión se están dirimiendo también cuestiones de identidad y de conformación de la imagen propia del idioma castellano que van más allá de lo que es la pura identificación del estilo propio de un diario.

Un ejemplo semejante, pero referido a otro tipo de normas, las periodísticas, nos revelaría un fenómeno parecido.

Un libro de estilo elige, por ejemplo, un procedimiento para confrontar una determinada información entre sus fuentes –pongamos por caso, la obligación de consultar a las dos partes de un conflicto o litigio– cuestión ésta que forma parte del periodismo conforme o estándar.

Pero la posibilidad, prevista por el Libro de Estilo del diario, de dar una información sin haber tenido la oportunidad de contrastarla con la otra parte y justificar esta falta de contraste con la fórmula que propone *El País* de: «no ha podido localizarse» es, a todas luces, una decisión específica del medio; lo que significa que cualquier otro procedimiento –por ejemplo, retardar la publicación de la información hasta que el contraste sea posible– es ya una decisión singular de *El País*.

Pues bien, los casos citados hasta aquí –que por otra parte pueden encontrarse en casi todos los libros de estilo– sean del carácter que sea (lingüístico o periodístico) son, propiamente hablando, normas de estilo. Pero por estilo entenderemos:

-un acto de autopresentación, la afirmación de una imagen que el periódico quiere autoatribuirse ante sus lectores y no lectores; autopresentación y afirmación que encierra, muchas veces, un acto identitario de mayor alcance referido a la «esencia» de la identidad propia de la comunidad –como es el caso de las televisiones autonómicas–;

-y, al mismo tiempo, como consecuencia de la autopresentación, encontraremos un acto de proposición de un contrato enunciativo y comunicativo, es decir, una suerte de compromiso que el emisor asume ante sus lectores. Contrato que tiene que ver con la misión que cada medio se reconoce a sí mismo.

Debemos insistir en el hecho de que este tipo de normas tiene un carácter *identificador* o *identitario*, porque actúan como polos de referencia y marcas de la identidad del medio –incluso, a veces, son expresión de un tipo de identidad que va más allá del propio medio y se confunde con la de un pueblo o la de una comunidad. En cualquier caso, la razón de ser de estas normas es propo-

ner al público y al destinatario del medio un acuerdo o contrato sobre la relación que se puede establecer entre ambos, acuerdo que, desde ese momento en adelante, conformará *contractuales* que expresan la responsabilidad corporativa del medio ante su público.

## 3. Los grandes cambios

### 3.1. Hipótesis

Mis hipótesis al respecto del cambio que se avecina en los libros de estilo son las siguientes:

A) que esta *normatividad identificativa*, que expresan los libros de estilo, y sus consecuencias para la fijación de *contratos comunicativos* con sus receptores entran en crisis en esta nueva etapa de la comunicación mediática actual.

B) Que la normatividad de que hacen gala –basada en la retórica de la emisión y no de la recepción y menos en la interacción– vendrá sustituida por una normativa-marco que tendrá que intervenir y gobernar en la producción cooperativa.

C) Que, al mismo tiempo, muchas de las finalidades que persiguen los actuales libros de estilo se cumplirán mediante herramientas informáticas: correctores, selectores léxicos, organizadores de información, visualizadores, sistemas expertos discursivos, etc. Es decir, todo un sistema de ***inteligencia textual*** que sustituirá paulatinamente a las normas de estilo.

D) Que la normatividad basada en la verticalidad o en la autoridad formal que ahora tienen los libros de estilo puede ser sustituida progresivamente por fenómenos de consenso inspirados en el trabajo cooperativo y en la relación de heteronormatividad producida por la constitución de comunidades globales de habla.

E) Que en el caso de la televisión, y del discurso audiovisual en general, entraremos en un período caracterizado por la ampliación de la competencia mediática y, por tanto, en un proceso estructurante de nuevas normas del lenguaje audiovisual. Probablemente, estas normas derivarán en nuevos repertorios de reglas.

F) Que los actuales libros de estilo se insertarán en complejos sistemas de diálogo, consenso, regulación, investigación y participación.

Para situar correctamente esta hipótesis es preciso comprender el cambio mediático que se avecina.

## 3.2. Cambio mediático

Comunicación mediática que se caracteriza por:

-La explosión de mensajes –que llega, a veces, hasta la saturación.
-El avance del fenómeno de la globalización.
-El predominio del discurso audiovisual.
-El surgimiento de un nuevo tipo de interacción comunicativa entre los medios y sus públicos.
-La *reticulación global de las relaciones comunicativas.*
-La creación de comunidades de cooperación y la producción social de medios[8].

Esto hará, desde mi punto de vista, que muchos de los estilos de los libros de estilo mediáticos, valga la redundancia, deban reformularse y que la función de normatividad segunda que presentaban tenga que alterarse y buscar funcionalidad en otro tipo de estrategias y acciones.

Todo lo cual es afirmar que, en la medida en que el nuevo marco comunicativo está cambiando, y se están tejiendo nuevas formas de expresión y de interacción, es el estilo y más el estilo identificatorio lo que está estallando en mil pedazos y, por tanto, es la misma figura de los libros de estilo la que entra en cuestión.

Intentaré mostrar todo esto en mi análisis –aunque considerándolo sobre todo una reflexión provisional y sometida al examen de una discusión más amplia. Ahora bien, pese al cuestionamiento de los libros de estilo, intentaré rescatar aquello que me parece esencial de la función que cumplen y tendrán que cumplir en el futuro estos libros de estilo –o lo que quede de ellos– y otros mecanismos que tendrán que añadirse a los libros de estilo tradicionales.

[8] «Whenever computer-mediated communcation technology becomes avalaible to people any where, they inevitable build virtual communities with it, just as microorganiss inevitable create colonies» (H. Reinholt, 1994: 6).

## 3.3. Las dificultades propias de los libros de estilo de televisión

Los libros de estilo suelen ser un conjunto de normas –lingüísticas, profesionales, y, a veces, éticas– que deben regular la praxis y el discurso de un medio. Pero mientras una publicación, un diario o una revista, son relativamente fáciles de regular, una televisión –como sucede también con la radio– es, sin embargo, mucho más indómita, más huidiza, menos respetuosa con ninguna regulación o normativa. De ahí que escribir libros de estilo en relación con la televisión sea, en muchas ocasiones, intentar ponerle puertas al campo. Y, sin embargo, estamos convencidos de su utilidad y de que cumplen una función que consideramos esencial.

Pero antes de llegar a ese punto, intentemos ver qué diferencia hay entre una publicación y una televisión.

Pongamos el caso de un diario de información general.

Un diario es un contenedor de escritura del lenguaje oral acompañado de imágenes, pero es siempre el lenguaje oral el que predomina, al menos el que determina el sentido principal del discurso. Un diario es también un ámbito concreto, limitado y preciso de sentido que queda fijado en un papel y está limitado con precisión, tanto en el espacio como en el tiempo. Se sabe cuándo empieza y cuando acaba. Se conoce el momento de producción y el momento de difusión; y ambos se suceden y se separan.

En este sentido, el discurso de un diario es regulable, controlable, puede responder a una cierta normatividad.

En primer lugar, porque conocemos la semiótica del lenguaje verbal y es posible ofrecer indicaciones para su uso, sean éstas léxicas sintácticas, semánticas o estilísticas.

En segundo lugar, porque el discurso del diario es abarcable y controlable, porque al distinguirse entre el momento de la producción del discurso y su difusión, alguien puede actuar a voluntad, seleccionando, corrigiendo o adaptando la producción a las normas o prescribiendo o proscribiendo, a la hora de la difusión, determinada producción.

Por otra parte, el carácter básicamente informativo de un diario –al menos hasta este momento; aunque hay indicios de que en un futuro próximo pueden darse cambios importantes en este tema[9]– hace que sea fácil establecer

[9] Nos estamos refiriendo a la profunda transformación que los cibermedios están imponiendo en el periodismo. Es probable, por ejemplo, que, con Internet, la información periodística habitual se vaya entrelazando cada vez más profundamente con un diálogo establecido entre usuarios con intereses temáticos semejantes y que producen colectivamente un discurso que ya no es meramente

normas concretas y precisas –muchas veces de contenido profesional y ético– en relación a la misión del informador.

¿Qué sucede, en cambio, con la televisión?

La televisión contiene lenguaje escrito, pero en muy poca proporción. Contiene lenguaje verbal, pero su importancia con relación al lenguaje de la imagen es menor, de hecho, en muchos aspectos, la televisión es sobre todo y fundamentalmente imagen[10].

A diferencia del lenguaje oral y escrito, el lenguaje de la imagen no ha sido tan analizado a lo largo de la historia de la humanidad como lo ha sido el oral; y, además, en buena parte el lenguaje de la imagen depende tanto de lo que se denomina la semiótica del mundo natural, es decir, la dimensión referencial, que es difícil desentrañar el complejo mundo de relaciones que se da entre signos y objetos[11] y, por tanto, encontrar el modo de regular las convenciones significativas en el mundo de la imagen. Como se sabe, muy pocos libros de estilo son capaces de decir algo sistemático en relación con el lenguaje de la imagen. Lo cual, cuando está referido a la televisión, no deja de ser una enorme laguna.

Por otro lado, la televisión es un discurso difícilmente abarcable, y, por tanto, regulable. El discurso de la televisión es, sobre todo, un flujo continuo, lineal, que ni el emisor, pero menos el receptor, pueden controlar del todo. Más que ser ellos, enunciador o enunciatario, los que organizan el discurso, parece ser el flujo continuo de la televisión el que acaba generando esas posiciones ilusorias de destinador y destinatario.

A diferencia de lo que sucede en un diario, donde es fácil de algún modo, deducir la posición del enunciador o de los enunciadores delegados, conocer la que se denomina línea editorial y encontrar, a la postre, un cierto grado de coherencia entre todos los textos que lo componen, no sucede lo mismo con la televisión. ¿Quién es el enunciador principal en televisión? ¿Quién logra entender la coherencia existente entre el anuncio de un automóvil o la retransmisión en directo de una prueba automovilística y el documental que promueve

informativo. Esto tiene que ver con el hecho de que la información está íntimamente ligada a una determinada situación enunciativa en que el sujeto de la enunciación, por así decirlo, revela o descubre un elemento de la realidad al enunciatario que éste no conocía de antemano. En cambio, en una conversación comunitaria la posición del enunciador varía constantemente y, por tanto, el punto de vista y también el mismo hecho de descubrir o no la realidad.

[10] Se podría discutir mucho sobre la «importancia» del lenguaje oral en la televisión y su relación con el de la imagen... Lo que queremos decir es lo que los operadores y programadores del medio saben con completa certeza: que la imagen es consustancial a la televisión, que sin ella se pierden posibilidades expresivas y se frustran las expectativas de los públicos.

[11] De hecho, la cuestión de la iconicidad de los signos o su carácter simbólico, o dicho de otro modo, su carácter convencional o su carácter analógico han dominado y dominan buena parte de la filosofía de la significación y de la teoría semiótica.

el ahorro energético? O el discurso que mantiene un corresponsal de guerra sobre un conflicto que acaba de estallar y la despreocupación que emana de un programa de variedades en que los famosos aprenden y enseñan a bailar. O ¿qué coherencia puede haber entre la respuesta de un político a una pregunta sobre la política educativa y la reacción espontánea de un protagonista de un *reality show* sobre un clásico literario?...

Y es que el discurso de la televisión no parece tener límite, ni enunciador, es, antes que nada, un escaparate de los diferentes discursos sociales –al menos de los que la pantalla (que no deja de estar controlada ideológica y culturalmente, sobre todo, comercialmente) consiente. Pero, como tal escaparate está sometido, es un contenedor de discursos de diferente género que se amalgaman, muchas veces sin orden y sin continuidad, sin otro ensamblaje que el que le proporciona la habilidad de un programador que persigue presentar en la pantalla aquellos atributos, ocasionales, huidizos y azarosos que le pueden asegurar audiencia.

Además la televisión es un flujo sinfín, 24 horas al día de emisión continuada multiplicada por un número de canales que no ha parado de aumentar en los próximos tiempos y que una tecnología cada vez más eficiente amenaza con multiplicar.

La televisión no es ya un río, ni siquiera un conjunto de ríos en una cuenta hidráulica, es, más que nada, un diluvio continuado, constante y hecho de un aluvión de discursos sociales que es difícil, por supuesto, de regular.

## 3.4. El aumento del caudal televisivo

En las circunstancias ya mencionadas resulta difícil regular el discurso de la televisión. Pero lo hace aún más difícil el enorme y creciente caudal de la oferta televisiva y la cantidad de horas que se consumen es una de las razones más serias que explican las dificultades de aplicación de los libros de estilo.

Desde que se implantaron los nuevos sistemas de distribución de la televisión –primero el cable y luego el satélite de difusión directa– y posteriormente se digitalizó la seña del televisión –lo que permitió incluso usar la línea telefónica para transmitirla– el hecho es que el caudal de discurso televisivo al alcance del público no ha dejado de aumentar. Han crecido las horas de producción, las horas de difusión, y, aunque en menor medida, el tiempo de consumo diario[12]. La convergencia mediática y la movilidad de las plataformas de recepción no presagian otra cosa que la continuidad de este aumento.

[12] El consumo medio está en 217 minutos días por habitante en España. Los mayores de 65 años consumen una media de 306.

En general, para los operadores de televisión este incremento ha supuesto la necesidad de aumentar significativamente sus horas de emisión y con ello ha crecido la complejidad a la hora de gestionarlas, organizarlas y controlarlas.

De este modo, lo que se difunde por televisión son contenidos y discursos que tienen poco que ver con el operador final. Este sólo los selecciona, los programa y los emite. En realidad, y cada vez más, la producción propia decrece en las televisiones e, incluso, la que se denomina propia viene, la mayoría de las veces, elaborada por productores independientes y relativamente ajenos al operador.

Los libros de estilo se quedan en este caso sin referencia. No resultan operativos más que para una ínfima proporción de los contenidos emitidos por televisión y son auténticamente indiferentes al resto.

Además, la mayoría de los libros de estilo están pensados para la información periodística que, con mucho, no pasa de ser un 10% del contenido de las emisiones generalistas.

Esto quiere decir que tanto la imagen como el lenguaje que circula por la televisión se construyen sin referencia a ningún libro de estilo. Responden a compras, doblajes, emisiones en directo donde se tiene poco control sobre el lenguaje y al estilo propio de las productoras internacionales que se preocupan, antes que del estilo, del éxito de sus emisiones.

Los libros de estilo de las televisiones se ven, pues, impotentes para marcar una personalidad o identificar una imagen externa del emisor actuando sobre las decisiones lingüísticas o icónicas. Y esta impotencia crece al ritmo que se transforma la estructura de la televisión. Cuando el operador coincidía con el productor y el emisor, el control era más fácil. Hoy en día en que las funciones de emisión –las denominadas plataformas–, las de operación o programación y las de producción tienden a separarse, las posibilidades de regulación y de control son escasísimas.

En realidad, un flujo continuo de televisión por un canal es un conjunto heteróclito de contenidos de estilo bien diferente que proceden de diferentes fuentes con diversa factura –según el horario, las ofertas concretas de producción, la temporada, etc. La imagen de la cadena se construye con opciones que no están previstas en el libro de estilo: la promoción de los programas, la continuidad, los presentadores-ancla, la autopromoción y, sólo en ocasiones, una cierta especialización temática. Los libros de estilo tienden a convertirse sólo en un adorno.

Esto sucede también en la información. La proliferación de cadenas, lejos de mejorar los recursos invertidos en la información, la ha empobrecido. De aquí la enorme dependencia que tienen las cadenas, salvo contadas ocasiones, de las agencias internacionales o nacionales de información audiovisual.

Y, por otro lado, incluso es cada vez más frecuente en España que las televisiones públicas –pese a que muchos de sus principios les obligaban a no hacerlo– subcontraten buen parte de las emisiones de tipo periodístico. El papel del libro de estilo se queda pues en papel mojado en la mayoría de las ocasiones.

El nuevo estilo de consumo mediático contribuye también al desdibujamiento de estilo propio de cada medio. Los espectadores han perdido, salvo minorías, la fidelidad y la lealtad a las cadenas. Tanto el *zapping*, como el estilo errante de programación de muchas cadenas ha tenido como consecuencia la pérdida de confianza mutua entre emisor y receptor y, de ahí, el deterioro de la lealtad mutua. Los operadores programan sin respeto a los hábitos y costumbres de la audiencia[13]; y los espectadores no prevén su consumo en función de las cadenas, sino de los programas. Nadie está sujeto a casi ninguna expectativa previa y, por tanto, el margen de libertad y de azar crece. Las previsiones se hacen más difíciles y la funcionalidad de un estilo –entendido como contrato con la audiencia– se pierde. ¿Para qué entonces los libros de estilo?

De hecho nada sería más descorazonador hoy en día que proceder al examen de la programación y del discurso de una cadena de televisión a partir de los criterios que fija su libro de estilo. Se podría comprobar que las normas estilísticas no son más que una retórica huera y vacía en un mundo práctico que se mueve por otros principios.

No todo esto se debe en exclusiva a la explosión de cadenas y de contenidos en televisión. De hecho, la desregulación que supone la pérdida de valor de los libros de estilo es coincidente con la desregulación que se ha producido con respecto a la legislación sobre televisión. La privatización de buena parte del espacio radioeléctrico ha permitido la aparición de operadores que consideran que la única relación contractual que pueden mantener con las audiencias es la explotación de la plusvalía que les permite el mercado. Los contenidos de televisión tienden en este contexto a presentarse como mera mercancía cuya función no va más allá que la de servir de pretexto a la inserción de la publicidad y, de este modo, lo que se está disolviendo es el carácter comunicativo y relacional del medio.

Sólo las televisiones públicas con la misión especial que reciben del sistema político tienen que afirmar su imagen y tienen que identificar un campo de compromiso con los espectadores. Pero, también en ellas, los libros de estilo pierden funcionalidad y alcance. Y también las contradicciones que imponen la

[13] El éxito de la contraprogramación que pasa por hacer imprevisible el horario de emisión de un programa determinado y someterlo a los vaivenes ocasionales y a la competencia más salvaje han contribuido en buena parte a la pérdida de confianza de las audiencias en las cadenas. La contraprogramación expresaba también un desprecio de las cadenas por el espectador.

maximización de la audiencia y el tener que competir por la publicidad están presentando serios problemas.

## 3.5. La reticulación del consumo televisivo

En definitiva, podemos concluir que la multiplicación de cadenas de televisión y de los contenidos, generalistas o especializados, de las cadenas determinan el cambio de sentido del libro de estilo. La realidad actual, heterogénea y plural, no se puede manejar con el viejo concepto de libro de estilo, que, por tanto, ha de cambiar de sentido.

Pero esta situación se multiplica sobremanera cuando consideramos la proliferación de la televisión en Internet. Con este nuevo canal se ha llegado a la televisión global y total, de comunicación en red, porque cada cadena, general o especializada, se integra en una red de comunicación audiovisual global establecida por los enlaces de hipertexto que tejen el sistema y la trama.

Así, la proliferación de nudos decisorios y creativos de televisión por la web explica: a), la creación de públicos temáticamente especializados; b), la aparición de grandes comunidades transnacionales de usuarios; y c), la pérdida de influencia determinante en la función comunicativa tradicional de la televisión.

Por tanto, si la red ha cambiado la naturaleza, la función y el procedimiento de la televisión, es lógico que el libro de estilo que se refiere al medio haya de cambiar sustancial y definitivamente su concepto, su función y el sentido determinante de la «identidad» del medio.

Este nuevo libro de estilo se ha de entender desde un paradigma totalmente diferente, que considere la televisión desde múltiples aspectos comunicativos determinados por los destinatarios, especializados o transnacionales, por una influencia diferente y por el sistema de comunicación reticular donde ha cobrado nuevo sentido el destinatario, que ha incorporado la función de fuente y emisor, de manera que, en el viejo paradigma plano, el receptor ha incorporado la función de la otra parte, el papel de emisor, en una situación nueva que no tenía en cuenta el viejo libro de estilo.

El espacio me obliga a concluir aquí: la norma identificadora del libro de estilo, que fijaban los contratos comunicativos de los canales de televisión con sus destinatarios, ha cambiado sustancialmente cuando los receptores han incorporado el papel de fuente, de origen, de comunicador, gracias al nuevo canal, Internet, y gracias al nuevo procedimiento de comunicación en red.

Con esta nueva perspectiva es posible apuntar, para concluir, determinadas respuestas a algunas de las preguntas que se hacían al principio.

Los libros de estilo de la televisión de hoy, que abandonó la época *paleolítica*, pero que deja también la *neo-televisión* y avanza hacia la pluralidad y la multiplicación, han de referirse al nuevo destinatario fuente emisor y redactor.

No puede haber identidad en el medio cuando hay miles de horas de televisión; y no es posible mantener el viejo sentido del contrato estable entre el espectador y las cadenas cuando la fragmentación domina el modo de consumo y cuando el espectador ha asumido la función de emisor vía Internet y teléfono móvil. Así, no es posible sostener la identidad de los medios ni, por tanto, atribuir esta función al libro de estilo.

Ante la convergencia de medios y ante la aparición de nuevos medios no tiene sentido preguntarse sobre las normas de estilo. El nuevo libro de estilo que pierde, por multiplicación, a los redactores (ahora cualquiera con un móvil y un acceso a Internet es un redactor de televisión) se ha de referir, más bien, al hecho de la mediación, a la función editora de las redacciones de televisión.

Como las televisiones no pueden saber qué normas tienen que organizar su imagen y figura, se han de preocupar por la mediación, por la edición, por la interpretación y, en definitiva, por el procedimiento de comunicación.

## 4. Conclusiones

La televisión de hoy se manifiesta con un discurso difícilmente abarcable, y que, por tanto, no es fácilmente regulable.

Porque es un flujo continuo, lineal, que ni el emisor, pero menos el receptor, pueden controlar del todo. Porque en la nueva televisión, con la telefonía móvil, con Internet, y con la participación del emisor, del enunciador o del enunciatario, más que ser ellos los que organizan el discurso, parece ser el flujo continuo de la televisión el que acaba generando esas posiciones ilusorias de destinador y destinatario, donde el destinatario tiene ambas funciones, de enunciatario y de enunciador, que no tenía antes.

Por eso, los actuales libros de estilo se han de convertir en complejos sistemas de diálogo, consenso, regulación, investigación y participación.

## Referencias bibliográficas

Greimas, A. J. y J. Courtés (1991): *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. 2 vols., Madrid: Gredos.

*Libro de estilo de Canal Sur* (2004): *Libro de estilo de CanalSur y Canal 2 Andalucía*. coord. José María Allas Llorente y Luis Carlos Díaz Salgado,

Sevilla: Canal Sur Televisión, http://www.canalsur.es/html/portal/com/bin/contenidos/zona_descarga/libro_estilo/1156755897443_libro_estilo_cstv_c2and.pdf.

Vilaweb (2009): *Llibre d'estil*, http://10anys.vilaweb.com/llibreestil/pdf/Llibre-estil-v1.pdf

Santiago Alcoba (coord.), Ramón Sarmiento, José Manuel Pérez Tornero *et al.*; ed. Margarita Freixas, María J. Machuca y José María Perceval, Barcelona, 2009. Publicación electrónica en http://mediamentor.org/es/publications
ISBN: 978 - 84 - 692 - 3369 - 6

# LOS MANUALES DE ESTILO EN LAS AGENCIAS DE PRENSA: EL CASO DE LA AGENCIA EFE

Alberto Gómez Font
*Fundación del Español Urgente*

Cada vez son menos los usuarios del español que dudan sobre quién o quiénes dictan la norma de uso. Mucho más que los diccionarios, las gramáticas y los libros de ortografía, hoy en día las verdaderas guías de uso del español actual son los manuales de estilo, y la mayor parte pertenecen a los medios de comunicación, es decir, a la prensa, tanto escrita como oral; manuales que, en muchas ocasiones, están redactados o supervisados por expertos en la lengua, y en los demás casos están copiados de los primeros. Así, pues, cualquier persona que se aproxime al estudio del español deberá tener muy en cuenta el uso que de este se hace en la prensa y deberá consultar los libros de estilo de periódicos, emisoras de radio y canales de televisión, en los que encontrará resueltas muchas de las dudas que se irá planteando a medida que avance en su conocimiento. Hay que tener presente que los verdaderos maestros del español son los medios de comunicación, que se encargan de difundir los nuevos usos de la lengua; hasta tal punto es evidente ese papel de la prensa que la Real Academia Española, al redactar la última edición de su diccionario (22.ª, 2001), utilizó los textos de la prensa como referencia y les dio la misma importancia, o quizás más, que a los textos surgidos de las plumas de los grandes escritores.

Los medios de comunicación pueden salir hacia el público, cosa que no puede hacer un ciudadano normal, y por lo tanto esos medios de comunica-

ción tienen mayor responsabilidad ante la sociedad, ya que si el ciudadano anónimo, como tal, puede hacer muy poquito, el periodista, con una columna de periódico, llega a mucha gente. Y precisamente por eso, porque llega a mucha, a muchísima gente, el periodista que comete un error en el uso de la lengua, sea por descuido o por desconocimiento de su herramienta de trabajo, hace que ese error llegue a muchas personas que, por mímesis, por seguir un modelo que consideran válido, culto, pueden repetirlo, y así el periodista estará contribuyendo a la propagación de errores en el uso del lenguaje. Los disparates, siendo muchas veces casuales y meramente personales, hacer titubear a quienes no poseen el idioma con seguridad; la autoridad del periódico o de la radio no es cuestionada por la mayoría de los lectores u oyentes. Veamos ahora la historia de algunos de esos manuales.

El primer libro de estilo de un medio de comunicación del que tengo noticias –me refiero a los que están escritos en español– es el *Manual de Selecciones (Normas generales de redacción)*, preparado bajo la dirección de Jorge Cárdenas Nanneti, y publicado el año 1959 en La Habana por Selecciones del Reader's Digest S. A. El libro está destinado a lograr una buena traducción del inglés –idioma original de la revista– al español, y contiene además una serie de normas gramaticales y ortográficas de gran utilidad, y que coinciden casi totalmente con los que años después aparecerían en el *Manual de Estilo* de la Agencia Efe.

(De esa misma editorial –Reader's Digest– es el libro, magnífico, titulado *La fuerza de las palabras (Cómo hablar y escribir para triunfar)*, publicado en 1979, con la asesoría de Alonso Zamora Vicente, de la Real Academias Española. Y también un excelente diccionario titulado *Enriquezca su vocabulario*, publicado en México en el 2002, cuya adaptación para España corrió a cargo de Joaquín Amado.)

Cinco años después de la aparición del *Manual de Selecciones*, en 1964, se editó en México un *Manual de Noticias Radiofónicas*, del que sólo conozco el título y el autor, y diez años más tarde, en 1974, apareció en Buenos Aires un libro titulado *Normas de estilo periodístico* de cuya existencia sé porque aparece citado en alguna bibliografía.

Al año siguiente apareció la primera edición del libro de la Agencia Efe, en 1975. Y paso ya a contar la pequeña historia de este libro, el primero de una agencia de noticias, del que soy coautor debido a mi trabajo como filólogo del Departamento de Español Urgente desde su creación, hace ya casi 27 años, y ahora en la Fundación del Español Urgente (Fundéu), creada en febrero de 2005.

## *Manual de Español Urgente* de la Agencia Efe

La primera edición no es un libro propiamente dicho, pues no está editado ni encuadernado como tal, sino que se trata de unas hojas mecanografiadas –31 folios– por una sola cara y encuadernadas con unas tapas de cartulina fina, y en la que hace de portada puede leerse: Agencia Efe S. A. Madrid. *Manual de estilo de efe-exterior*. Primera edición, 1975.

En la introducción, titulada *Justificación*, se explica que la pretensión es dar ideas generales que sirvan de orientación para armonizar el estilo redaccional de manera que el servicio de Efe tenga un estilo propio. Y sigue diciendo: «Nos proponemos dar unas normas claras para que los redactores las tengan en cuenta en el momento de escribir y transmitir las informaciones, aunque sin prescindir nunca del ingenio propio y de las innumerables posibilidades de expresión que ofrece nuestro idioma. Pero, cuidado, que no inventa quien quiere, sino quien puede».

El *Manual* está dividido en dos partes, la primera dedicada a explicar cuestiones de transmisión y tipos de noticias, y la segunda, titulada *Anexos*, dedicada a cuestiones gramaticales y léxicas.

El primer libro propiamente dicho de la colección es la 2.ª edición de un librito titulado *Manual de Estilo*, fechado en 1976. Y lo llamo librito porque es de pequeño formato y apenas tiene 65 páginas. De su redacción se encargaron los responsables de la redacción central de la Agencia Efe, entre los que había una cierta pugna que los dividía en «españolistas» y «americanistas» en cuanto a ciertos usos de tiempos y modos verbales en español, como en el caso del pretérito perfecto y el indefinido, pulso que ganaron los defensores del indefinido. Llama también la atención la censura de cualquier uso del gerundio y de la pasiva, sea o no sea correcto. Por alguna razón inexplicable alguien impuso su criterio y prohibieron nada más ni nada menos que el pretérito perfecto, la pasiva y el gerundio. El libro está dividido en tres capítulos: *Información* (normas éticas), *Redacción* (cuestiones de estilo y algo de gramática, muy poco aparte de las prohibiciones antedichas) y *Transmisión* (tipos de noticia, prioridades...). En su preparación se tomaron como modelo de referencia los libros de estilo (en inglés) de las agencias norteamericanas AP y UPI.

En 1978 apareció un segundo libro, pero no es la tercera edición, como cabría esperar teniendo en cuenta que la anterior era la segunda, sino que consta como primera, y con él comienza la numeración que, como iremos viendo, en el 2004 llegó a la decimoquinta edición.

Escribió el libro, también titulado *Manual de Estilo*, Fernando Lázaro Carreter, por encargo del presidente de Efe, Luis María Ansón, que quería que los

periodistas de la agencia escribiesen de una manera «ágil, concisa y elegante» y pretendía que los servicios informativos de la agencia, que ya se distribuían ampliamente en todos los países hispanohablantes, desempeñasen un papel homogeneizador del lenguaje periodístico en castellano. Para ello creyó necesario contar con un manual de estilo que tuviese respaldo académico; un manual que, además de normas de redacción periodística, contuviese una síntesis de gramática y sintaxis y que fuese aceptado como modelo para la normalización del léxico informativo en España e Hispanoamérica.

Está dividido en tres partes: «Normas de redacción» (ortografía, morfología, léxico, observaciones gramaticales); «Transmisión» –no escrita por Fernando Lázaro– (preparación del texto, perforación y montaje en las pantallas, proceso de edición en la central, clasificación de noticias, claves...), y «Observaciones sobre léxico». El núcleo de ese libro sigue estando presente, con muchas cosas idénticas, que no se han tocado, en las sucesivas ediciones, hasta la undécima.

En la introducción, Luis María Ansón nos explica el porqué de la obra: «El deterioro progresivo que el idioma está padeciendo en los medios de comunicación, por un lado, y, por otro, la expansión nacional e internacional de la agencia, y la necesidad de afianzar o aumentar su prestigio, aconsejan realizar un nuevo esfuerzo tendente a la deseada homogeneidad de criterios idiomáticos: Las *Normas* han sido ampliamente consultadas, y sus prescripciones y consejos están abiertos a la crítica de todos cuantos trabajamos en la agencia, para perfeccionarlas en sucesivas ediciones. ( ... ) Conseguir una neutralización del estilo –que no debe confundirse con un estilo 'neutral', permanentemente insípido– constituye una obligación si se piensa en el importante papel que la Agencia Efe desempeña en la difusión del idioma, tanto en España como en América. La unidad de la lengua es un bien que importa defender en el seno de la comunidad hispanohablante. Hoy la prensa, la radio y la televisión ejercen una influencia idiomática superior a la del sistema docente. Sin exageración puede afirmarse que el destino que aguarda al español –o a cualquier otro idioma– está en sus manos. Y la responsabilidad que corresponde a nuestra agencia es cuantitativamente muy superior a la que alcanza a un medio de comunicación aislado: He aquí un motivo más, e importantísimo, para que el estilo de nuestros despachos sea aceptable por todos, no vulnere los usos comunes, no acoja particularidades locales o de sectores, no difunda neologismos innecesarios o rasgos que obedecen a una moda pasajera...».

El autor, Fernando Lázaro Carreter, no siguió ningún modelo en la elaboración del libro, aunque sí se refiere de vez en cuando al *Manual* anterior. Lo que sí hizo fue una especie de cursillo en la Agencia Efe en el que estableció contacto con redactores de distintos departamentos y secciones y se reunió con los

más atentos y aficionados a las cuestiones del uso del idioma. Y antes de llevar los originales a la imprenta hubo varias reuniones para corregir, añadir o suprimir, para sugerir o para rectificar, hasta llegar al texto definitivo, cuyos primeros 2.000 ejemplares salieron el 22 de diciembre de 1978. Es curioso constatar que, por coincidencia de fechas, es muy probable que al mismo tiempo, también en Madrid, alguien o algunos estuvieran preparando la que sería la primera edición del *Libro de Estilo* del diario *El País*.

La segunda edición del *Manual de Estilo* de la Agencia Efe apareció en 1980 y su principal diferencia con la precedente es la ampliación del capítulo titulado «Sobre léxico» gracias a la autorización de Manuel Seco, de la Real Academia Española, para emplear libremente su *Diccionario breve de dudas de la lengua española*.

Luis María Ansón, en la presentación del libro titulada «Palabras preliminares», explica cómo sigue su proyecto de trabajar en pro de la unidad del español: «Los servicios de la Agencia Efe llegan hoy instantáneamente a los teletipos de los principales periódicos impresos, hablados y audiovisuales del mundo hispánico. Por primera vez existe un instrumento capaz de evitar el colonialismo al que tradicionalmente estaba sometida nuestra lengua por las grandes agencias estadounidenses en los medios de comunicación iberoamericanos. Este *Manual de Estilo* ha sido un primer paso para crear en la Agencia Efe un 'Departamento del Español Urgente', del que formarán parte académicos y catedráticos. Se trata de dar respuesta inmediata a las dudas sobre expresiones, palabras y nombres propios, evitando a tiempo que se generen los anglicismos. La fuerza de la prensa, y sobre todo de la radio y la televisión es tan grande que se hace necesario divulgar con rapidez el término correcto».

Y ese Departamento de Español Urgente (DEU) que Ansón anunciaba en la segunda edición del *Manual* comenzó a funcionar el mismo año de 1980, en octubre, y los filólogos que comenzamos a trabajar en la labor diaria de lectura y corrección de las noticias y en la atención a las consultas que nos llegaban por teléfono y por el teletipo, nos encontramos con esa segunda edición como principal herramienta de trabajo.

Además del equipo de filólogos dedicados a las tareas diarias del Departamento, Ansón fundó un Consejo Asesor de Estilo formado por cuatro miembros de la Real Academia Española (Fernando Lázaro Carreter, Manuel Alvar, Antonio Tovar y Luis Rosales) y el secretario general de la Asociación de Academias, el académico colombiano José Antonio León Rey; equipo que se reunía periódicamente en la agencia para supervisar el trabajo del Departamento de Español Urgente, dictaminar sobre asuntos de dudosa resolución, y establecer una vía de contacto permanente entre la Real Academia Española, la Asociación de Academias de la Lengua Española y la Agencia Efe.

En 1981 se publicó la tercera edición del *Manual de Estilo*, muy ampliada con respecto a la anterior. En su redacción participaron los miembros del Consejo Asesor y los filólogos del DEU aprovechando los materiales surgidos durante los primeros meses de funcionamiento del departamento. Luis María Ansón, en las palabras preliminares, explica su preocupación y la de la Agencia por el efecto que la naciente informática podrá tener sobre el español: «Al arrollador acoso del colonialismo cultural anglosajón habrá que unir el asalto de la informática. De ella se derivará, si no se hace frente al nuevo fenómeno tecnológico, la uniformación y simplificación del lenguaje. Las computadoras meterán en el congelador al idioma, que debe ser caliente y popular. (...) Con la mayor modestia, la Agencia Efe ha estudiado el problema y ha hecho y se propone hacer el máximo esfuerzo dentro de los medios a su alcance: Este *Manual de Estilo* que el lector tiene entre las manos y el 'Departamento de Español Urgente', pretenden contribuir, aunque sea mínimamente, al colosal esfuerzo que la cultura hispánica debe realizar en los próximos años para responder al desafío de la nueva tecnología de la información».

El gran éxito del *Manual* entre los periodistas, los estudiantes de ciencias de la comunicación y los interesados en tener un libro para resolver sus dudas en el uso del español actual hizo que las peticiones para conseguirlo fueran muy numerosas, y, como se trataba de un libro hecho por la Agencia para ser usado por sus trabajadores, no estaba a la venta en las librerías y no tenía distribución en América. La primera edición venal del libro fue la cuarta, publicada en 1985 con el título de *Manual de Español Urgente* y el subtítulo de «4.ª edición corregida y aumentada del *Manual de Estilo* de la Agencia Efe». De la edición y la distribución se ocupó Ediciones Cátedra, y sigue haciéndolo en la actualidad. En el momento de la aparición del *Manual de Español Urgente* Luis María Ansón ya no era presidente de Efe, y en su lugar estaba el también periodista Ricardo Utrilla.

En este manual se trata únicamente de normas gramaticales y léxicas para el buen uso del español, y se anuncia el propósito de editar otro libro aparte con las normas específicas para la redacción eficaz de despachos informativos. Dicho libro aparecería en 1988 con el título de *Normas Básicas para los Servicios Informativos* y actualmente se está preparando una nueva edición corregida, aumentada y actualizada.

Aparecen por primera vez los capítulos titulados «Sobre transcripción», «Algunos gentilicios que se prestan a confusión», «Lista de gobernantes» y «Siglas y abreviaturas».

En 1989 apareció la siguiente edición del *Manual de Español Urgente* (5.ª edición corregida y aumentada del *Manual de Estilo* de la Agencia Efe), siendo presidente de la agencia Alfonso Sobrado Palomares, quien, en una introduc-

ción titulada «Un manual al día del español urgente» explica: «En el año de su cincuentenario, Efe ha tenido el honor de que un miembro de su Comisión Asesora de Estilo, don Manuel Alvar, haya sido elegido director de la Real Academia Española. En el homenaje íntimo que la agencia ofreció a sus asesores con tan grato motivo, el director de la Real Academia Española ponderó el caudal idiomático del que la agencia dispone diariamente y resaltó su importancia en la tarea unificadora de la lengua. Elogió el trabajo diario de los filólogos del Departamento, 'que son mucho más rigurosos que nosotros', y se felicitó de la colaboración entre la Academia y la Agencia Efe...».

Las cuatro siguientes ediciones (6.ª, 7.ª, 8.ª y 9.ª) más que ediciones fueron nuevas tiradas de la 5.ª edición, pues no fueron retocadas en lo más mínimo. La decisión de reimprimirlas no fue de Efe, sino de Ediciones Cátedra.

La décima edición del *Manual de Español Urgente* salió en 1994, y sus consejos y advertencias se pusieron al día con la edición del Diccionario de la Real Academia, aparecida en 1992. Se añadió un capítulo sobre la lengua hablada en el que se advierte sobre la pronunciación, dirigido al servicio de televisión de la agencia; se ampliaron los capítulos de siglas, gentilicios dudosos, los términos del lenguaje económico, y se pusieron al día la ortografía correcta y la transcripción de los políticos y dirigentes de los países que no usan el alfabeto latino, lista que hubo de ampliarse con todas las repúblicas que antes formaban parte de la Unión Soviética y de Yugoslavia.

El entonces director de información de la Agencia, Carlos González Reigosa, dice en el prólogo: «En el propósito de mantener la unidad del idioma los medios de difusión han de desempeñar un papel fundamental, y el Departamento de Español Urgente trabaja con esa intención. A tal fin solicita la colaboración de cuantos trabajan en la agencia, no sólo aceptando estas recomendaciones, aunque resulten discutibles –más vale un mal acuerdo que el desacuerdo y la dispersión totales–, sino haciéndoles llegar advertencias y propuestas, en la seguridad de que serán inmediatamente atendidas. Esta invitación se extiende a todos los profesionales de la información, tanto de nuestro país como de América, que se sientan interesados por la mejora y unidad del español en las comunicaciones, empresa que, desde la fundación del departamento, constituye uno de los principales objetivos de Efe».

La undécima edición del *Manual de Español Urgente*, aparecida en 1995, fue fruto de una revisión muy minuciosa de la anterior, y también de todos los manuales y libros de estilo que habían ido apareciendo, de los que se tomaron algunas recomendaciones y datos que ayudaron a completar nuestro libro.

Después volvió a suceder lo que ya ocurrió con las ediciones sexta, séptima, octava y novena, es decir, que Ediciones Cátedra hizo una nueva tirada de la undécima y la llamó duodécima edición corregida y aumentada, cuando lo

único que cambió fue ese número, de once pasó a doce, y el año de edición, que de 1995 pasó a 1998. También estas pequeñas o no tan pequeñas anécdotas forman parte de la historia de los manuales de estilo.

Y como lo más fácil es caer en la inercia, la edición decimotercera, aparecida en el 2000, que sí fue el resultado de la revisión y actualización de la anterior, tuvo un descendiente clónico que se llamó edición decimocuarta y que no contiene más cambio que ese: el número ordinal de edición.

En febrero del 2004 salió a la calle la edición número quince; esta vez sí se trataba de una revisión y puesta al día de la edición anterior, teniendo en cuenta la última edición, vigesimosegunda, del *Diccionario de la Real Academia Española*, así como algunos de los adelantos del *Diccionario Panhispánico de Dudas* que la Academia muestra en su página de Internet.

Y en la última edición, la decimoséptima (17.ª), ya no figura como autor la Agencia Efe, sino la Fundación del Español Urgente, creada en el 2005 por el actual presidente de la agencia, Álex Grijelmo, sobre la estructura del anterior Departamento de Español Urgente.

## Otros manuales de agencia

*Manual de estilo y referencia* de United Press International, escrito por Abel Dimant (†) y publicado en Nueva York, por UPI, en 1981.

La primera edición tiene 64 páginas y está ordenada alfabéticamente. La segunda edición, publicada en 1988, está fechada en Washington y tiene dos anexos: «Procedimientos de UPI» y «Nombres de países, territorios y gentilicios», además de un glosario de 71 páginas.

En la introducción de la primera edición, Dimant explica que en la parte estilística, se ha intentado armonizar lo teórico con lo práctico, tomando como base textos de la Real Academia Española y asimilando al mismo tiempo los vocablos, expresiones y giros idiomáticos que el uso diario ha consagrado como los de mayor aceptación. El manual contiene recomendaciones para evitar errores de construcción, anglicismos, galicismos, latinismos y solecismos. Establece que el término *hispano*, debido a su extendido uso, se usará como adjetivo y sustantivo para designar a los residentes de Estados Unidos de origen y habla hispana.

*Manual de Estilo* de Reuters (2.ª edición). Escrito por Alberto Arévalo y publicado en Miami en 1995.

El libro (de 180 páginas) está dividido en dos partes ordenadas alfabéticamente: glosario de normas y recomendaciones y glosario de estilo y normas para cobertura de deportes.

Arévalo dice en la presentación: «El idioma no se aprende por ósmosis y mucho menos leyendo los diarios. Es fundamental leer a los grandes autores de la lengua. El periodista debe cuidar el idioma porque es el material con el que trabaja».

*Manual de Técnicas de Redacción Periodística* de Associated Press, escrito por Jorge Covarrubias y editado en Nueva York por Associated Press, 1996.

El autor, periodista y filólogo, contó con la colaboración del periodista José Abreu, editor del Departamento Latinoamericano de AP. Jorge Covarrubias, profesor de periodismo, literatura, traducción y buen uso del español en la prensa en varias universidades de los Estados Unidos, trabaja en AP desde 1973.

El libro es un compendio de normas propias de la redacción periodística y de la gramática y destaca la importancia de una redacción precisa para transmitir el significado de los acontecimientos de un modo accesible al lector, respetando a la vez las reglas gramaticales y estilísticas.

La última parte se titula «Gramática y estilo» y en ella se explican los errores más habituales en la redacción de noticias en español en el entorno anglohablante de Associated Press.

*Manual de operación y estilo editorial* de la agencia mexicana Notimex, editado en México en 1999. La mitad de las 305 páginas del libro se dedican a aclarar cuestiones relacionadas con el buen uso del español en las noticias de la agencia.

*Manual de estilo básico*, de la agencia argentina Télam. No está editado como libro: se trata de un cuaderno de 59 páginas impreso en computadora. En la bibliografía citan otro libro titulado *Normas de estilos periodísticos*, publicado por la misma agencia Télam en 1984.

## El acuerdo necesario

La necesidad de un acuerdo se percibe hojeando los libros de estilo aparecidos en España y en América en los últimos años, pues nos encontramos con que, sobre todo en el caso de los publicados en España, muchos de ellos, la mayor parte, son copias de otros, especialmente de los dos pioneros: el *Libro de Estilo* de *El País* y el *Manual de Español Urgente* de la Agencia Efe, y ya se está produciendo el fenómeno de los libros clónicos, de los que fue claro ejemplo la primera edición del libro de estilo del diario *ABC*, cuyos autores recopilaron todo lo publicado hasta el momento y tomaron lo mejor de cada uno para así lograr un buen resultado; pero el problema es que en ocasiones, no precisamente en el caso del libro de *ABC*, aparecen incluso las mismas erratas, y estamos en un momento en el que ya todos nos copiamos y no logramos esca-

par de ese círculo vicioso. Hojeando el libro de estilo más reciente, el del diario *Perfil* de Buenos Aires, pude comprobar que había partes copiadas al pie de la letra del *Manual de Español Urgente* y, sin embargo, cosa por demás muy habitual, no hay ninguna mención a nuestro libro en los dos párrafos en los que se enumeran los libros consultados para la confección del suyo.

Esa constatación y el hecho de que ya en algunas ocasiones, en congresos y seminarios, se hubiese mencionado la necesidad de un acuerdo, de un libro común para todos los medios de comunicación en español, fue el origen del *Proyecto Zacatecas*, presentado por Àlex Grijelmo, periodista del diario *El País* y el autor del presente artículo en abril de 1997 en el I Congreso Internacional de la Lengua Española «El español y los medios de comunicación», en la ciudad mexicana de Zacatecas. Los textos de la presentación se pueden leer en la página de Internet del Centro Virtual Cervantes, en los siguientes enlaces:

http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/prensa/proyectos/morenode.htm

http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/prensa/proyectos/gomezfon.htm

Esa necesidad de llegar a un acuerdo también la mencionó Fernando Lázaro Carreter, cuando fue elegido por primera vez como director de la Real Academia Española. Y en los prólogos que escribió, como antes cité, para los manuales de estilo del diario *ABC* y de TVE, ambos editados en 1993, Fernando Lázaro también comenta esa idea, y dice en el prólogo al *Manual de estilo de TVE*: «El ideal sería la elaboración de unos acuerdos idiomáticos comunes a todos los medios de difusión, los cuales no tendrían por qué dificultar las diferencias de estilo entre los diversos medios: con una sola baraja pueden jugarse juegos muy distintos, incluido el solitario. Para ello, sería de la mayor importancia la colaboración entre los periodistas, que tienen hoy el poder idiomático, y la Academia, que tal vez posee la autoridad (y que no propugna el 'estilo académico' que, como tópico descalificador, se le atribuye)». Y en el prólogo del *Libro de Estilo de ABC* repite esas intenciones con estas palabras: «Los libros de estilo que difieren, como es natural en la definición de lo que podemos llamar la personalidad del medio al que sirven, han de coincidir forzosamente en gran parte de sus prescripciones idiomáticas. Sería ocioso repetir éstas en todos ellos, si fuera posible acordar a todos los medios de comunicación de España y América hispana en un comportamiento común ante los neologismos (no siempre de rechazo), y ante el empobrecimiento que, en sus dos orillas, está experimentando el idioma».

En Zacatecas tuve la oportunidad de recordar otras menciones explícitas de esa necesidad de acuerdo en las que tuve la suerte de estar presente e

incluso de ser partícipe, ocasiones que creo también interesante recordar hoy aquí: en 1990 se celebró en Madrid un congreso internacional organizado por la Agencia Efe y titulado *El español en las agencias de prensa*, y revisando el libro de actas, publicado en 1991, vi que entre las conclusiones-intenciones finales había una en la que se recomienda la elaboración de un libro de normas de redacción que sirva para todas las agencias de prensa que redactan noticias en español.

También comenté en Zacatecas que en 1992, en el Congreso de la Lengua Española que se celebró en Sevilla y que fue el embrión del de Zacatecas, en la sección dedicada a «La lengua española y la prensa escrita», Milagros Sánchez Arnosi presentó un «Informe sobre los libros de estilo» (puede verse en: http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/sevilla/comunicacion/ponenc_arnosi.htm) y dijo que sería deseable una total puesta en común de todos los periódicos que han elaborado un libro de estilo, con el fin de unificar criterios, mejorar la prensa en la lengua escrita, contribuir de manera conjunta al decoro del idioma y, en definitiva, a una mejor competencia lingüística. En esa misma sección del congreso, Clara Eugenia Lázaro Mora, entonces correctora de estilo del diario ABC y coautora de la primera edición del *Libro de Estilo* de ese periódico y de la última del de *El País*, solicitó la ayuda y colaboración de la Real Academia Española y pidió que esa institución llevase cuanto antes a la práctica su idea de reunirse con los medios de comunicación para elaborar entre todos, y bajo su coordinación, un conjunto de normas periodísticas específicas para el lenguaje periodístico, es decir, un *Manual* para todos los medios de comunicación españoles y, si es posible, también hispanoamericanos. (Sus palabras están en: http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/sevilla/comunicacion/mesaredon_lazaro.htm). Y yo me atreví, en ese mismo congreso de Sevilla, a proponer (según consta en: http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/sevilla/comunicacion/mesaredon_gfont.htm) la elaboración de un cóctel en el que los ingredientes fuesen todos los manuales y normas de redacción periodística existentes, que, una vez bien mezclados en la coctelera, diesen como resultado una mezcla homogénea que sirviese para unificar criterios y evitar la dispersión y la fragmentación del español periodístico.

Y en esas dos primeras ocasiones, en 1990 y en 1992, ocurrió, como tantas otras veces en situaciones semejantes, que las conclusiones-intenciones-proyectos con los que se clausuran los congresos, nunca llegaron a ser una realidad. Pero afortunadamente se cumplió el dicho y a la tercera fue la vencida, y el proyecto presentado en Zacatecas dio algunos pasos durante 1997, 1998 y 1999 y consiguió algo necesario para que estas cosas funcionen: dinero.

En la bibliografía que presentamos en Zacatecas había 163 obras, entre diccionarios generales, diccionarios de dudas, léxicos especializados, libros

y manuales de estilo, actas de congresos sobre la lengua, apuntes de trabajo de algunos medios, recopilaciones de artículos sobre el uso de la lengua en la prensa... Y cómo no, esa bibliografía ha crecido algo desde entonces, pues han aparecido otros libros de estilo, ya he comentado el caso del libro del diario *Perfil* de Buenos Aires, y nos han llegado noticias de otros que ya existían y no conocíamos.

De esas más de 163 obras que ya están en nuestra lista, alrededor de un tercio son manuales o libros de estilo, llamados también normas de estilo, normas de redacción, y de ellos la mitad son americanos; son los libros o manuales de estilo de algunos de los principales medios de comunicación americanos: las agencias de prensa Notimex (México), Colprensa (Colombia), Venpress (Venezuela), Telam (Argentina), Associated Press (Estados Unidos), Prensa Latina (Cuba); los diarios *Clarín* (Argentina), *El Nuevo Herald* (Estados Unidos), *El Panamá América* (Panamá), *El Peruano* (Perú), *La Voz del Interior* (Argentina), y emisoras como Radio Caracol de Colombia.

Además de elaborar esa lista exhaustiva, Álex Grijelmo y yo, antes de ir a México, hicimos otra cosa muy necesaria para el proyecto: buscar cómplices para nuestra aventura. Escribimos una carta dirigida a los directores de los principales medios de comunicación del mundo hispanohablante y los Estados Unidos, en la que les contábamos nuestro proyecto, les solicitábamos su adhesión, les instábamos a contarnos sus problemas en el uso del español que se dan en sus medios, y, finalmente, les rogábamos que si tenían algo parecido a un libro de estilo, aunque fuesen unas hojas fotocopiadas, nos lo enviasen para engrosar la lista de la que antes hablábamos.

Recibimos bastantes adhesiones y entre los medios de comunicación dispuestos a participar en el proyecto, además del diario *El País* y la Agencia Efe, estaban, entre otros, la agencia Notimex y el diario *El Universal* de México; la agencia Prensa Latina, de Cuba; la agencia Colprensa, de Colombia; el diario *El Tiempo*, de Bogotá; *El Nuevo Herald*, de Miami; Radio Nacional de España; Radio Caracol, de Colombia, y el Canal Once TV, de México.

El proyecto, gracias al patrocinio del Instituto Cervantes, se puso en marcha a finales de 1997 y se comenzaron a digitalizar todos los libros de estilo. Hubo varias reuniones de trabajo en la sede del Instituto Cervantes y al cabo de poco más de un año hubo órdenes de paralizar los trabajos. Tomó, tiempo después, el relevo la Real Academia Española, con un proyecto parecido titulado *Diccionario Panhispánico de Dudas*, que apareció con forma de libro en noviembre del 2005. Pero no se trata exactamente de lo mismo, y el deseo de conseguir algún día un manual de estilo patrocinado por los principales medios de comunicación hispanohablantes sigue latente en muchos de los que nos dedicamos a estos menesteres de estudiar, analizar y aconsejar sobre el uso del español en la prensa.

En 2004 se editó un manual de estilo de español válido para los periodistas que redactan en español internacional, y fue en los Estados Unidos, el país donde más laboratorios ha habido y sigue habiendo en los que se crea a diario el nuevo español, el español válido para todos los hispanohablantes, para todos los medios de comunicación que se escriben o se transmiten en nuestra lengua. La National Association of Hispanic Journalists (NAHJ), en la que se agrupan los principales periodistas de televisión, radio y prensa escrita de ese país, creó un grupo de trabajo formado por periodistas de distintos medios y distintas nacionalidades y les encargó la redacción de un manual de estilo común para todos ellos.

El proyecto de la NAHJ es ya una realidad. Y hay que seguir trabajando en el estudio de ese nuevo español, el español de todos, el español internacional, tal y como propuse en el III Congreso Internacional de la Lengua Española, celebrado en Rosario el pasado mes de noviembre. Allí me atreví a presentar un nuevo proyecto, bautizado también, como el de Zacatecas, con el nombre de la ciudad: el Proyecto Rosario.

Empecé diciendo que debido al auge de los medios de comunicación en español en los Estados Unidos, donde surgen nuevos periódicos, canales de televisión y emisoras de radio en nuestra lengua, sea en Miami, en Nueva York, en Chicago, en Los Ángeles o en cualquier otra ciudad, aumenta también el número de periodistas procedentes de distintos países hispanohablantes que al sentarse a redactar sus noticias, en las mesas de redacción de sus medios, casi sin darse cuenta van dejando de usar los localismos propios de cada país y van confluyendo en una forma de escribir en español válida para todos.

Pero ese fenómeno no se limita a los Estados Unidos, sino que traspasa sus fronteras y se presenta en las mesas de redacción de todos los grandes diarios, televisiones y emisoras de todo el mundo hispánico.

Esa nueva forma de escribir en español necesita, cómo no, de unos acuerdos, y estos son inmediatos, se dan a medida que surgen las dudas. Y es importante que los libros de estilo de los medios de comunicación recojan de inmediato esos acuerdos posibles y necesarios, y nos lleven en poco tiempo a crear un español internacional para todos los periodistas hispanohablantes.

Ese español ya existe, y no es nuevo, lleva mucho tiempo existiendo, aunque ahora hablemos más de él y su realidad sea cada vez más visible gracias a la velocidad con la que nos comunicamos, a la velocidad con la que intercambiamos formas de llamar a las cosas y a la velocidad con la que las asimilamos, las hacemos propias.

Los medios de comunicación están cada vez más adaptados a la dinámica de la globalización, son cada vez menos locales y más internacionales, y eso hace que sientan como necesario un español válido para todos: un español internacional.

Veamos un ejemplo práctico de la necesidad de ese español: El 8 de septiembre del 2004 recibimos, en el Departamento de Español Urgente, una consulta de una redactora del departamento de Efe Gráfica. Estaba traduciendo un pie de foto del inglés y necesitaba una palabra equivalente a la española *chabola* que se pudiese entender en todos los países hispanohablantes.

Esa duda al redactar en español es la que nos interesa que se repita, nos interesa que los periodistas de los grandes medios de comunicación internacionales en español, cuando estén escribiendo sus informaciones, se pregunten de vez en cuando si lo que están poniendo podrán entenderlo todos los hispanohablantes.

Busquémosle ahora mismo una respuesta a esa consulta sobre la palabra *chabola*. En el *Diccionario de Sinónimos* de la Universidad de Oviedo (España), que puede consultarse en Internet (http://tradu.scig.uniovi.es/sinon.cgi) solo aparecen dos sinónimos: *casucha* y *chamizo*. Si miramos en el diccionario de sinónimos que está incluido en el procesador de textos Word, de Microsoft, encontraremos algunos más: *choza, chamizo, cabaña, tugurio, antro, cueva, refugio, cobijo, barraca, bohío, casucha, caseta, casilla* y *garita*. Catorce posibles sinónimos, aunque muchos de ellos no nos sirvan para nombrar exactamente lo mismo.

Es muy curioso constatar que en ninguno de los dos diccionarios consultados aparezcan las dos palabras que, seguramente, son las más usadas en español de América para nombrar a ese tipo de infraviviendas: *rancho* y *favela*. Sin embargo ambas aparecen en los mejores diccionarios de uso del español, y también en el de la Real Academia Española. En este último, si miramos la voz *favela*, nos indican que se usa en América y nos remiten a las definiciones de *barraca* y de *chabola*.

Si optamos por usar *rancho* nos encontraremos con que, tanto en España como en algunos otros países, su significado no coincide con el que necesitamos, y si utilizamos *favela* tendremos la duda de si ese lusismo (préstamo del portugués) es ya conocido por todos los hablantes o, al menos, por la mayoría.

En el Salvador, hay otra palabra para referirse a ese tipo de viviendas: *champa*, y, en la Argentina, se conocen como *casilla*, y sus agrupaciones son las *villas miseria*.

En esa búsqueda debemos tener también en cuenta el quehacer de los organismos internacionales, y si comenzamos por la ONU, veremos que en su *United Nations Multilingual Terminology Database* (UNTERM) han optado por la palabra *tugurio*, que también es la que utilizan en el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en el Banco Mundial, en la UNICEF, en el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y en el macrotesauro de la OCDE... Parece que esta vez, al menos para los medios de comunicación,

no nos sirve el término de los organismos internacionales, pues *tugurio* tiene en español significados muy marcados y muy alejados del que buscamos.

De la lista de los catorce sinónimos que nos proporciona Microsoft podemos quedarnos con uno que quizás sea el más fácil de entender por todos los hispanos: *casucha*, pues está formado con la raíz de *casa* (*cas*) y el sufijo diminutivo y despectivo *-ucha*, lo que nos lleva a pensar, aunque no usemos habitualmente esa palabra, en una casa pequeña y de baja calidad.

Y quizá lo mejor sea, como en muchos otros casos, olvidarnos de encontrar una palabra común y aceptar que lo mejor muchas veces es recurrir a una perífrasis, que aquí sería *viviendas precarias*.

Ese ejercicio que acabamos de hacer se repite cada día en la Agencia Efe, donde yo trabajo, y en todos los periódicos, canales de televisión y emisoras de radio, especialmente, claro está, en los servicios informativos, en los noticiarios.

## Lista de Manuales de estilo de agencias de prensa y asociaciones de periodistas

*ABC* (1993): *Libro de estilo de ABC*, 1.ª ed., Barcelona: Ariel.

Agencia Colprensa (s. f.): *Normas generales de redacción y estilo* [hojas sueltas], Bogotá.

Agencia Efe (1975): *Manual de estilo de efe-exterior* [texto mecanografiado], Madrid.

Agencia Efe (1976): *Manual de Estilo de la Agencia Efe*, Madrid: Agencia Efe.

Agencia Efe (1978): *Manual de Estilo de la Agencia Efe*, 1.ª ed., a cargo de Fernando Lázaro Carreter, Madrid: Agencia Efe.

Agencia Efe (1980): *Manual de Estilo de la Agencia Efe*, 2.ª ed., a cargo de Fernando Lázaro Carreter, Madrid: Agencia Efe.

Agencia Efe (1981): *Manual de Estilo de la Agencia Efe*, 3.ª ed., Madrid: Agencia Efe.

Agencia Efe (1985): *Manual de español urgente*, 4.ª ed., Madrid: Cátedra.

Agencia Efe (1988): *Normas Básicas para los Servicios Informativos*, Madrid: Agencia Efe.

Agencia Efe (1989): *Manual de español urgente*, 5.ª ed., Madrid: Cátedra.

Agencia Efe (1990): *El español en las agencias de prensa*, Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruiperez.

Agencia Efe (1994): *Manual de español urgente*, 10.ª ed., Madrid: Cátedra.

Agencia Efe (1995): *Manual de español urgente*, 11.ª ed., Madrid: Cátedra.

Agencia Efe (2000): *Manual de español urgente*, 13.ª ed., Madrid: Cátedra.

Agencia Efe (2004): *Manual de español urgente*, 15.ª ed., Madrid: Cátedra.
Agencia Efe (2007): *Manual de español urgente*, 17.ª ed., Madrid: Cátedra.
Agencia Reuters (1995): *Manual de Estilo de la Agencia Reuters*, 2.ª ed., a cargo de Alberto Arévalo, Miami: Reuters.
Agencia Télam (1984): *Normas de estilos periodísticos*, Buenos Aires: El Coloquio.
Agencia Télam (s. f.): *Manual de Estilo* [apuntes impresos de ordenador], Buenos Aires.
Agencia Venpress (1991): *Manual de Estilo*, Caracas: Venpres.
Ansón, Luis María (1978): «Introducción» al *Manual de estilo de la Agencia Efe*, 1.ª ed., a cargo de Fernando Lázaro Carreter, Madrid: Agencia Efe.
Ansón, Luis María (1980): «Palabras preliminares», en *Manual de estilo de la Agencia Efe*, 2.ª ed. ampliada, a cargo de Fernando Lázaro Carreter, Madrid: Agencia Efe.
Associated Press (1996), *Manual de Técnicas de Redacción Periodística*, a cargo de Jorge Covarrubias, Nueva York: Associated Press.
ECO Latinoamérica (s. f.): *Borrador de Manual de Técnica y Estilo*, Miami: ECO-Buró de Asignaciones.
Gómez Font, Alberto (1992): «La lengua española y los medios de comunicación. La lengua española y la prensa escrita» (contribución en una mesa redonda), http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/sevilla/comunicacion/mesaredon_gfont.htm).
Gómez Font, Alberto (1997): «El español y los medios de comunicación», *I Congreso Internacional de la Lengua* (Zacatecas), http://congresosdelalengua.es/zacatecas/ponencias/prensa/proyectos/gomezfont.htm.
González Reigosa, Carlos (1994): «Prólogo» a Agencia Efe, *Manual de español urgente*, 10.ª ed., Madrid: Cátedra.
Grijelmo, Álex (1997): «Presentación», en *I Congreso Internacional de la Lengua* (Zacatecas), http://congresosdelalengua.es/zacatecas/.
Inter Press Service (1989): *Manual de estilo*, San José de Costa Rica: IPS.
Lázaro Carreter, Fernando (1993*a*): «Prólogo» al *Libro de Estilo de ABC*, Barcelona: Ariel.
Lázaro Carreter, Fernando (1993*b*): «Prólogo» a Salvador Mendieta, *Manual de estilo de TVE*, Barcelona: Labor.
Lázaro Mora, Clara Eugenia (1992): «La lengua española y los medios de comunicación. La lengua española y la prensa escrita» (contribución en una mesa redonda), http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/sevilla/comunicacion/mesaredon_lazaro.htm).
Martínez Albertos, José Luis; y Luisa Santamaría Suárez (1996): *Manual de estilo*, Indianápolis: Instituto de Prensa de la Sociedad Interamericana de Prensa.

Mendieta, Salvador (1993): *Manual de estilo de TVE*, Barcelona: Labor.

National Association of Hispanic Journalists (NAHJ) (2003): *Manual de estilo*, Washington, Knight Ridder.

National Association of Hispanic Journalists (NAHJ) (2004): *Manual de estilo*, Estados Unidos, National Association of Hispanic Journalists.

Notimex (Agencia de noticias mexicana) (1999): *Manual de operación y estilo editorial*, México: Notimex.

Notimex (Agencia de noticias mexicana) (s. f.): *Uso del idioma* [apuntes fotocopiados], México.

ONU (2009): *United Nations Multilingual Terminology Database* (UNTERM), http://unterm.un.org/.

*Perfil* (1998): *Cómo leer el diario*, Buenos Aires: Perfil.

*Perfil* (2007): *Cómo leer el diario*, Buenos Aires: Grupo Editorial Planeta S. A. I. C.

Real Academia Española (2001): *Diccionario de la lengua española*, 22 ºed., Madrid: Espasa.

Real Academia Española (2005): *Diccionario panhispánico de dudas*, http://buscon.rae.es/dpdl/.

Sánchez Arnosi, Milagros (1992): «Informe sobre los libros de estilo», *Congreso de la Lengua Española* (Sevilla), http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/sevilla/comunicacion/ponenc_arnosi.htm).

Sobrado Palomares, Alfonso (1989): «Un manual al día del español urgente», introd. a Agencia Efe, *Manual de español urgente*, 5.ª ed., Madrid: Cátedra.

United Press International (1981): *Manual de estilo y referencia*, a cargo de Abel Dimant, Nueva York: United Press International.

United Press International (1988): *Manual de estilo y referencia*, Nueva York: United Press International.

Universidad de Oviedo (2009): *Diccionario de Sinónimos*, http://tradu.scig.uniovi.es/sinon.cgi.

Santiago Alcoba (coord.), Ramón Sarmiento, José Manuel Pérez Tornero *et al.*; ed. Margarita Freixas, María J. Machuca y José María Perceval, Barcelona, 2009. Publicación electrónica en http://mediamentor.org/es/publications
ISBN: 978 - 84 - 692 - 3369 - 6

# INFORMACIÓN RADIOFÓNICA: REDACCIÓN, LOCUCIÓN Y MANUALES DE ESTILO

Juan José Perona Páez
*Universitat Autònoma de Barcelona*

## Introducción

Los periodistas que desarrollan su labor informativa en las emisoras pertenecientes a las principales cadenas de radio españolas disponen de manuales de estilo, aunque es bien cierto que buena parte de ellos, incluidos los que en algún momento de su trayectoria profesional han desempeñado tareas de responsabilidad en el seno de las redacciones, no saben de su existencia. Esta circunstancia minimiza considerablemente el importante papel que, pese a su necesidad de actualización, tienen los libros de estilo en el terreno de la comunicación informativa radiofónica, en tanto que, dada la especificidad del medio, se consagran como instrumentos de una gran riqueza para construir el sonido propio de cada emisora, para *personalizar* las noticias, y, sobre todo, para generar ese contacto directo, *caliente* y mágico con el receptor que no consigue lograr ninguno de los otros medios de comunicación tradicionales. El desconocimiento generalizado de los libros de estilo entre los integrantes de las redacciones no ha impedido, sin embargo, que los informadores se hayan habituado a la particular forma de construir y verbalizar las noticias que domina en la empresa para la que trabajan, llegando a unificar casi *automáticamente* criterios semánticos (uso de determinadas palabras, modos de citar las fuentes, fórmulas de actualización, etc.) y estéticos (entonación, ritmo, actitud, etc.).

«Siguiendo la pauta de otras sociedades de radiodifusión de carácter público en las democracias occidentales», el *Manual de estilo para informadores de radio* de RTVE es la primera publicación de estas características que vio la luz en nuestro país con el objetivo de «adecuar este medio de comunicación del Estado al servicio público, de cada día y de cada hora, con rigor y con la máxima exigencia personal y profesional, para responder a la confianza que la sociedad española ha depositado en RNE al atribuirle esta misión informativa» (RTVE, 1980: 9). Se trata de un texto que, con casi 30 años de vigencia, no ha sido revisado, como tampoco lo han sido las *Normas de estilo* de la Cadena Ser, redactadas a finales de la década de los 80 o la *Guía de estilo de Onda Cero Radio*, elaborada a mediados de los 90. La Cope, en cambio, no se dotó de libro de estilo hasta febrero de 2003, mientras que otra cadena, como la catalana COMRàdio, dispone de un documento que se ha editado en 2008 como *Llibre d'estil*. La reciente aparición de estos manuales neutraliza, sin duda, la extendida idea de que estamos ante herramientas de trabajo caídas en la más pura obsolescencia, pero al mismo tiempo evidencia la urgente necesidad que tienen algunos operadores de renovar estos textos para adecuarlos a los requerimientos de las nuevas rutinas productivas surgidas como consecuencia del desarrollo tecnológico y para acercarlos, también, a las demandas informativas de la sociedad actual.

## Credibilidad y rigor profesional

La transmisión de una información creíble es uno de los mayores retos al que diariamente se enfrentan los periodistas de un medio que, desde los albores de la transición democrática, ha gozado de una gran credibilidad entre la población española, pese a que en los últimos tiempos haya cedido terreno en favor de otros medios impresos y audiovisuales. Así, según el último *Informe de la Profesión Periodística* (Asociación de la Prensa de Madrid) que se había publicado hasta el momento de redactar este capítulo, la radio española está inmersa en una caída imparable de su credibilidad, hasta el punto de que sólo un 18,8 % de los ciudadanos encuestados en 2007 la consideraba como el medio más creíble. En los dos primeros lugares de este *ranking* figuraban, en cambio, la prensa (34,7%) y la televisión (31,3%). Aunque las causas que explican este descenso son diversas, los analistas y estudiosos del medio coinciden en señalar que la pérdida de credibilidad de la radio se fundamenta principalmente en la pérdida de imparcialidad, una de las variables del concepto multidimensional de la credibilidad: «La vinculación partidaria de las grandes cadenas a una determinada opción política

influye negativamente en la percepción de la imparcialidad» (Grupo *Publiradio*, www.publiradio.net).

Las alusiones a la credibilidad –una variable difícilmente mesurable–, son habituales en los manuales de estilo de las emisoras de radio, como también lo son las continuas referencias al rigor profesional en el proceso de producción de las noticias y de esos otros géneros propios de la información radiofónica como la crónica, el reportaje o la entrevista, por citar los más representativos. Por eso, autores como Balsebre (1994) entienden que la credibilidad no debe plantearse sólo como un barómetro de la confianza / desconfianza que tienen los radioyentes en la radio y en los periodistas –que es el objeto de estudio habitual de las diferentes encuestas de opinión como a la que acabamos de remitirnos–, sino también desde la perspectiva de la formulación de los códigos periodísticos, deontológicos o técnicos, que determinan ese *rigor* del que antes hablábamos:

El concepto de credibilidad de la información en su ámbito estrictamente comunicativo viene determinado por los diferentes niveles de rigor periodístico y eficacia comunicativa que sepan traducir los profesionales del medio en el proceso de producción de noticias: exactitud de los hechos que se narran, exposición clara y concisa de los datos en el relato, buen tratamiento de las fuentes de información, correcta disposición jerárquica de las noticias más importantes respecto a las menos importantes, animación (*performance*) en la presentación de las noticias, etc. (Balsebre, 1994: 28).

Entre los factores que más directamente influyen sobre el objeto que nos ocupa, Balsebre apunta los siguientes: a una distinción más explícita entre información y opinión, una mayor credibilidad; a un trabajo más riguroso de las fuentes informativas, una mayor credibilidad; a una información más actual e inmediata, una mayor credibilidad; a una información más clara y con el mínimo de errores sonoros y vocales, una mayor credibilidad (Balsebre, 1994: 41). Como puede apreciarse, estamos ante un concepto sumamente complejo, aunque de una gran trascendencia en el terreno de la información radiofónica. En el caso de Onda Cero, por ejemplo, su *Guía de estilo* advierte que el principal objetivo del estilo debe ser la creación del sonido de Onda Cero. «Un sonido que será fácilmente identificable por el oyente, que será reconocido y que transmitirá credibilidad. Un sonido que será sinónimo de veracidad, claridad, creatividad, imaginación, formación y, a la vez, entretenimiento». (Madero y otros, 1996: 37). Más adelante, sobre el rigor profesional, se añade:

Atraer la atención del oyente es difícil, pero es más complicado aún retenerla. La fidelidad radiofónica se logra con el rigor del trabajo diario. La credibilidad no se conquista en un día, ni siquiera en un año. La credibilidad se logra demostrando veracidad y rigor

en todas y cada una de las noticias que se transmiten. El rigor se consigue tratando las noticias con exactitud, con precisión, sin exageraciones, con datos y opiniones contrastadas (Madero y otros, 1996: 38).

Los aspectos a los que se refiere Balsebre en relación con la credibilidad ocupan buena parte de los libros analizados, puesto que, como luego veremos, afectan directamente a la redacción y a la locución. Pero en esos mismos libros también se insiste en la necesidad de diferenciar con claridad entre información y opinión, como puede leerse en el manual de RNE:

Todos los ciudadanos tienen derecho a una información total, veraz y exacta. La noticia debe llegar al oyente de tal forma que jamás se pueda apreciar el criterio personal del que la ha elaborado. La objetividad e imparcialidad de los informadores está reñida, en casi todas las ocasiones, con el ejercicio de actividades comerciales, industriales y publicitarias. Asimismo resulta claramente incompatible con la objetividad e imparcialidad exigidas al profesional de un medio como RNE denotar o reflejar en sus informaciones su propia militancia política. Por descontado, el informador puede ser militante político. Pero debe dejar su ideología en la puerta de la Redacción (RTVE, 1980: 56).

La apuesta por transmitir información que resulte lo más creíble posible entre los oyentes impera en todas las cadenas de radio, incluso en aquellas, como la Cope, en las que algunos de sus periodistas más relevantes incumplen reiteradamente con los principios elementales sobre los que se sustenta la credibilidad. En este sentido, por ejemplo, en mayo de 2007, la Comisión Episcopal de Medios de la Conferencia Episcopal Española (CEE), accionista mayoritaria de la citada cadena, arremetía sorprendentemente contra algunos de sus locutores, al aconsejar a «los fieles» que se distanciaran del estilo de Federico Jiménez Losantos y de César Vidal. A través de un *Manual del buen uso de los medios de comunicación* elaborado por los obispos con motivo de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, se invitaba a «huir» tanto «de los santones» de las ondas como «del sensacionalismo» y «del personalismo» (*ABC*, 17/05/2007). El Episcopado recomendaba igualmente a los radioyentes católicos «escuchar, que no es lo mismo que oír» y que buscasen en las emisoras «la información sin alharacas», advirtiendo que «la información es lo primero».

Algunas de estas recomendaciones ya las hacía, en el año 2000, el arzobispado de Madrid, cuando publicaba, a través del Semanario Católico de Información *Alfa y Omega*, un texto similar bajo el título *Los medios de comunicación: manual de uso*, con un decálogo de recomendaciones para escuchar la radio. El texto, firmado por Rafael Ortega, por entonces director de emisoras territoriales de RNE y responsable del programa socio-religioso *Frontera*, de RNE-Radio 1, aconsejaba lo siguiente:

1. *Encontrar la hora adecuada*. Cada oyente debe saber cuándo puede estar mejor o peor informado. No todas las horas son las mismas para todos.

2. *Buscar la sintonía amiga*. Cada uno debe intentar *sintonizar* con la emisora que responda a sus inquietudes o preferencias políticas, económicas, religiosas, etc.

3. *Diversificar la audiencia*. Pero, a pesar de lo dicho en el anterior apartado, es conveniente que se oigan varias emisoras para poder encontrar el punto medio de influencia y de credibilidad.

4. *Discrepar a menudo*. Conviene no asentir a todo lo que se dice por el medio radio. De ahí la necesidad de diversificar las preferencias y de discutir, aunque sea mentalmente, con lo que se está diciendo en las distintas emisoras.

5. *Huir de los santones*. Los tertulianos son los nuevos santones de las emisoras de radio, son los que hablan y saben de *todo* sin conocer *todo*. Pueden ayudar a completar la información, pero nunca a dirigir nuestra opinión personal.

6. *Huir del sensacionalismo*. Aquellas emisoras que hacen del sensacionalismo su primera premisa informativa, no son aconsejables para el oyente. Hay que buscar la información sin alharacas.

7. *Huir del personalismo*. Aquellos que hacen información muy personalizada transmiten sus propias sensaciones a los oyentes. Sensaciones que, en la mayoría de los casos, no responden a la realidad ni a las señas de identidad de la emisora escuchada.

8. *Ser muy crítico*. Tenemos que escuchar la radio con criterios propios y, por tanto, no tener miedo a criticar a aquello o aquellos que nos parece que no están acertados en sus apreciaciones sobre informaciones y comentarios. Es conveniente hacérselo saber a la emisora a través de cartas o de llamadas telefónicas.

9. *La información es lo primero*. La noticia debe ser el Catecismo de la emisora. Tenemos que aprender a distinguir noticias de opinión. Tenemos que saber seleccionar lo que es noticia. La noticia más relevante no puede ser el hecho de que sea un acontecimiento interesante o espectacular, sino su importancia o significado.

10. *Escuchar, no oír*. Retomamos el inicio del escrito. Tenemos que aprender a escuchar la radio y no solamente a oír. Escuchar una transmisión de noticias y

valorar que tengan siempre en cuenta las peculiaridades, posibilidades y limitaciones del medio radiofónico.

## Estructura de la información

Junto con la credibilidad, el planteamiento de las noticias es otro de los asuntos que abordan los manuales de estilo de las distintas emisoras, los cuales coinciden en señalar que cada una de las informaciones debe estructurarse en tres partes claramente diferenciadas: la entrada, el cuerpo y el cierre, o, como se apunta en las *Normas* de la Ser, «la entrada, el cuerpo de la noticia y la salida» (Cadena Ser, 1989: 9) Esta estructura obedece básicamente a dos de las características que presentan los productos radiofónicos: por una parte, a que son percibidos exclusivamente a través del oído y, por otra parte, a que se trata de mensajes fugaces, es decir, que no permanecen en el tiempo. En las condiciones tradicionales de audición radiofónica –dejamos al margen, por tanto, las nuevas modalidades de escucha que brinda internet–, a estas dos circunstancias se une el hecho de que los mensajes no retornan, por lo que, como bien se advierte en la *Guía de estilo de Onda Cero*, no pueden volver a ser sintonizados.

> El oyente de radio no puede controlar el medio y no tiene ninguna posibilidad de dar marcha atrás cuando ha perdido algún dato. Si nos atendemos rígidamente a la estructura piramidal y nuestro oyente pierde las dos primeras frases, es posible que haya perdido el significado de toda la noticia, y nosotros su atención. (Madero y otros, 1996: 17).

La estructura entrada / cuerpo / cierre posibilita, sin duda, el seguimiento de cualquier noticia radiofónica, pero no servirá de nada si cada una de las partes que la conforman no está adecuadamente trabajada. En este sentido, la entrada deberá ser impactante y contener lo esencial, sobre todo el qué y el quién de la información. Por su parte, el cuerpo servirá para explicar otros aspectos (antecedentes, contexto, consecuencias, etc.), al tiempo que, durante su desarrollo, se incidirá sobre las ideas más relevantes que se vayan exponiendo. Finalmente, el cierre será una síntesis final, una reiteración de lo más significativo, «la noticia se cerrará, de nuevo, con los datos esenciales de la información» (Cadena Ser, 1989: 10), aunque en él también se anunciarán perspectivas de futuro con el fin de mantener la atención sobre el hecho narrado.

Frente a esta distribución de los contenidos, en el futuro *Llibre d'estil* de COMRàdio se apuesta por un formato de noticia estándar que consta de dos partes: el *donapàs* –una suerte de entrada en la que se resumen los puntos más

relevantes del hecho, los cuales serán posteriormente ampliados por un redactor al que se «dará paso»– y el cuerpo. El *donapàs* debe reflejar las ideas esenciales de la noticia que seguidamente se desarrollarán, es decir, «debe condensar toda la información, y todo lo que se diga se tiene que repetir o completar después. Y al revés, debemos procurar que la noticia o el dato más destacado no aparezca después sin que lo hayamos presentado primero» (Ortega, 2007: 12).

La estructura entrada / cuerpo / cierre recuerda a los principios clásicos de la narración dramática, que como se sabe se basa en tres actos o etapas lógicas: el planteamiento, el nudo y el desenlace. El planteamiento es el primer bloque de contenidos en el que se presenta a los personajes, se definen los escenarios en los que éstos se desenvuelven y se plantean los objetivos que dichos personajes persiguen. Este bloque será más amplio y complejo cuantos más sean los personajes que entren en escena, los objetivos que cada uno de ellos deba cumplir en la historia y las distintas relaciones que se establezcan. El nudo es el segundo bloque de contenidos, en el que se introducen los problemas que impiden que los personajes puedan conseguir sus objetivos. Dichos problemas van a hacer actuar a los personajes, enfrentarse entre ellos, cambiar su trayectoria inicial para intentar llegar a su meta por caminos distintos, etc. El desenlace, finalmente, es el último bloque de contenidos, en el que se explica de qué modo los personajes superan los problemas que han encontrado para lograr sus objetivos, o bien de qué manera son los problemas los que acaban derrotando a los personajes. Es decir, se cuenta cuál es el final de la historia. La tendencia a la espectacularización de la información ha propiciado que cada vez sea más habitual el desarrollo de noticias con una estructura propia de la narrativa, del mismo modo que también son abundantes los relatos en los que se concibe al protagonista de un hecho noticioso como si del héroe de una historia se tratara (Huertas y Perona, 1999).

Al margen de la necesidad que tienen los redactores de adaptarse a la estructura de entrada / cuerpo / cierre –en tanto que facilita la asimilación de un mensaje que va a ser percibido a través del oído–, con el fin de corregir los efectos negativos de las condiciones de recepción a las que antes aludíamos, la redacción precisa, como se subraya en los libros de estilo, de la redundancia: «La imposibilidad de regresar al principio es lo que obliga, en radio, a una continua redundancia. Hay que repetir la información cada cierto tiempo para repescar al oyente confuso» (Madero y otros, 1996: 17). La redundancia consiste en reiterar las ideas más importantes que aparecen a lo largo de una noticia, «transformando el vocabulario y la estructura gramatical de la frase, para evitar crear una sensación repetitiva» (Soengas, 2003: 45). Según Huertas y Perona (1999), la redundancia desempeña una triple función:

Facilita el proceso de comprensión, al favorecer la retención (de los datos) en la Memoria a Corto Plazo (MCP); propicia una mayor atención por parte del oyente, al reducir el esfuerzo que ha de realizar en la escucha, y hace de guía en el proceso de interpretación, al destacar lo más relevante (Huertas y Perona, 1999: 42).

No obstante lo comentado, la realidad evidencia que son muy pocas las ocasiones en las que la información se construye haciendo un buen uso de la redundancia, lo que supone para el oyente una pérdida de algunos de los matices fundamentales que constituyen el hecho explicado. ¿Cuántas veces, por ejemplo, no nos hemos preguntado dónde ha ocurrido la catástrofe de la que nos están hablando simplemente porque no se nos ha vuelto a reiterar el nombre o la situación geográfica del lugar? ó ¿cuántas veces nos hemos quedado con las ganas de saber quién es el protagonista de unas determinadas declaraciones porque no se ha insistido sobre ello? En cuanto a la estructura de la información, sucede algo similar, sobre todo en lo que concierne al cierre, una parte esencial de la noticia que, sencillamente, es ignorada por la mayoría de los periodistas radiofónicos.

## Redacción: simple, clara y directa

Si se habla de escritura para el oído, no cabe duda que la claridad y la simplicidad en la exposición de las ideas deben ser los pilares básicos sobre los que se sustente cualquier redacción radiofónica. La claridad y la sencillez aseguran la comprensión del mensaje, al tiempo que agilizan su posterior transcripción oral (locución): «El principio del estilo radiofónico es 'máxima comprensión por el oyente'. Esto implica un estilo oral (o escrito para ser leído) con las siguientes características generales: claridad y sencillez» (RTVE, 1980: 13).

En el terreno de la redacción, la claridad se logra, básicamente, respetando la lógica gramatical, es decir, procurando que los elementos que integran una oración sigan la estructura lineal de sujeto + verbo + predicado. De hecho, esta estructura es la que predomina en nuestras conversaciones cotidianas y, además, contribuye a que las frases sean mucho más simples, concretas y directas, y es de esta manera como se refleja en las distintas guías de estilo consultadas. Por otra parte, para asegurar la claridad es importante evitar la introducción de explicaciones (cláusulas) entre el sujeto y el verbo, así como no abusar de construcciones sintácticas muy complejas, ya que siempre acaban dificultando la comprensión de los textos hablados: «Simplifiquemos la expresión y hagamos frases normales» (Ortega, 2007: 16-17).

El sujeto debe aparecer explícitamente, puesto que es el protagonista de la acción del verbo. Por tanto, en la redacción radiofónica no solo será necesario prescindir del uso de sujetos elípticos, sino que igualmente será bueno no sustituir el sujeto por un pronombre. Téngase en cuenta que el uso del pronombre obligaría al oyente a recordar cuál es el referente al que ha sustituido. Respecto a los verbos, los libros de estilo apuestan por los verbos de acción, en tanto que favorecen la recreación de imágenes mentales, así como por la voz activa, puesto que facilita ese orden lógico sujeto + verbo + predicado. Finalmente, y también en relación con el uso de las formas verbales, la inmediatez de la radio precisa del uso del presente o de otras fórmulas cercanas en el tiempo, sobre todo en la entrada de la información, puesto que el pasado no es noticia en radio:

La inmediatez es connatural a la Radio. Por consiguiente, las noticias de ayer son noticias viejas para este medio. Nunca se puede comenzar una noticia en Radio con el adverbio ayer. Si se ha escapado una noticia del día anterior hay que buscar el modo de actualizarla. El ayer no existe en Radio. Todas las noticias hay que traerlas al hoy. Puede, sin embargo, citarse el ayer en medio de la noticia, para situar los hechos temporalmente, siempre que se dé esa actualización de que hablamos (RTVE, 1980: 15).

Por su parte, la simplicidad se consigue, en primer lugar, procurando construir oraciones simples, aunque sin caer en la escritura telegráfica, y, en segundo lugar, intentado exponer cada idea en una oración, de la forma más diáfana posible. «Como norma de trabajo debe procurarse que cada idea se exprese, si es posible, en una frase y que esta sea breve. Una frase de más de 20 palabras es difícil de entender si, como sucede en radio, sólo se escucha una vez» (Madero y otros, 1996: 43). No obstante lo señalado, como muy acertadamente recoge RTVE (1980: 28), los libros de estilo norteamericanos recomiendan alternar la longitud de las frases en el párrafo, pues la similitud en el número de palabras hace las noticias monótonas: «Una frase breve, de muy pocas palabras, después de una descriptiva más larga, puede ser de gran efecto».

Con independencia de la longitud de las oraciones, los textos analizados recomiendan hacer uso de las denominadas técnicas de simplificación, especialmente de la comparación y del redondeo. La comparación es un recurso muy útil que permite al oyente visualizar con mayor claridad una idea compleja o abstracta. Al receptor le resulta mucho más fácil imaginar lo que le es más próximo, conocido o familiar, de forma que la asociación por comparación favorece siempre la comprensión. Así, por ejemplo, si en una noticia radiofónica se informara sobre la construcción de un gran centro de ocio en Madrid,

sería mucho más eficaz comparar su extensión con la de un parque como El Retiro o con la de un estadio de fútbol como el Santiago Bernabeu, que no aportar el dato exacto en metros cuadrados. En el caso del descubrimiento de un nuevo planeta, no cabe duda que cualquier oyente se haría una idea más aproximada de su magnitud si se comparase con la Tierra, y así sucesivamente. Por su parte, en la redacción radiofónica se acostumbra a redondear las cifras para minimizar las dificultades de comprensión que éstas generan, pero sobre todo para que el texto resulte mucho más simple.

Junto con las cuestiones tratadas, los signos de puntuación también influyen en la consecución de la sencillez que necesariamente debe caracterizar a la redacción, así como el léxico que se utilice; un léxico próximo al receptor, que huya de los tecnicismos y del lenguaje excesivamente culto. Recuérdese, como se encargan de subrayar las distintas guías, que la audiencia de la radio destaca por su marcada heterogeneidad (oyentes de todas las clases sociales, con niveles de estudios muy dispares, de distintas edades, etcétera).

No se trata de plantear la típica dicotomía de corrección versus incorrección (la cual somete la lengua a la tiranía del diccionario), sino de ser sensibles a la expresión, a la claridad expositiva, a la proximidad con el oyente, a la explicación comprensible; en definitiva, a decir las cosas de una forma llana, natural y sencilla, sin perder en ningún momento la precisión y el rigor necesarios. Debemos asegurar que la comprensión del mensaje, por parte del oyente, es simultánea a la emisión, ya que lo que se dice por radio no se puede enmendar, ni se puede volver atrás. Por tanto, debemos tener bien claro qué mensaje queremos transmitir, así como saber cómo lo tenemos que escribir y redactar con la mejor de las correcciones posibles. Y finalmente leerlo para que todos lo entiendan (Ortega, 2007: 8).

Es importante tener en cuenta que solo se usarán aquellos signos de puntuación que tengan una transcripción oral clara y que, por tanto, sean útiles para marcar unidades o grupos fónicos, como la coma, el punto, los puntos suspensivos, los dos puntos, y los signos de interrogación y admiración. En cambio, de nada servirá utilizar comillas, paréntesis o guiones, ya que, al margen de no tener una transcripción oral concreta, complican la redacción, puesto que introducen nuevas oraciones sobre la principal.

## Locución: una competencia escasamente considerada

A diferencia de lo que sucede con la redacción, a la que los libros de estilo dedican buena parte de su contenido –en este capítulo sólo hemos destacado aquellos aspectos que consideramos más relevantes–, la locución se trata, en

el mejor de los casos, de forma muy superficial. Sin embargo, es bien sabido que una locución mal construida (por ejemplo, con pausas inadecuadas que rompen el sentido de los grupos fónicos, con un ritmo monótono, o con una entonación plagada de anti-cadencias, por citar algunos de los errores más comunes), puede eclipsar la brillantez de una redacción radiofónica impecable, del mismo modo que una deficiente transformación del texto en sonido, sobre todo en cuanto a dicción acústica se refiere, puede acabar complicando seriamente la comprensión y, en consecuencia, anular la eficacia comunicativa de unos mensajes caracterizados por una ínfima presencia en el tiempo: «Los errores de pronunciación despistan al oyente y restan credibilidad al mensaje informativo» (Cadena Ser, 1989: 23).

Las escasas referencias a la locución que contienen los manuales estudiados no aportan prácticamente nada y, en ocasiones, inducen a la confusión, puesto que las características que se atribuyen a ciertos conceptos, como el tono, la entonación o el ritmo, no son adecuadas. Una prueba fehaciente de lo que aquí decimos se encuentra, por ejemplo, en la *Guía de estilo de Onda Cero*, donde se afirma que «debe procurarse ajustar el tono de la lectura o la palabra al programa y al contenido del mismo. Siempre se debe evitar la lectura monocorde y repetitiva. La entonación debe servir para mantener la atención del oyente» (Madero y otros, 1996: 84). No olvidemos que, en sentido estricto, el tono sólo puede ser grave o agudo, por lo que aquí resultaría mucho más conveniente que se hablara de actitud. Por otra parte, es difícil interpretar a qué se refiere realmente el texto al decir que la entonación debe servir para mantener la atención del oyente, que sería mucho más propio de un ritmo bien conseguido.

Otro ejemplo interesante lo encontramos en las *Normas de estilo de la Ser*, en las que se asegura:

> El tono, en la Radio, depende, al menos de dos peculiaridades: 1) el tono general del programa informativo, que viene marcado por el director / presentador, quien lo impone al resto de periodistas con sus arranques. El tono es alto y vivaz en los espacios de la mañana y más pausado en los de tarde y noche. 2) Las características de la noticia: el texto no se dramatiza, se emplea un tono neutro y sólo se alza para comunicar noticias urgentes a la audiencia.
>
> El tono con el que se comienza una lectura se mantiene hasta el final. (Cadena Ser, 1989: 25).

Algo similar a lo que venimos comentando sucede con el *Manual de estilo para informadores de radio*, un libro que, de las 105 páginas que contiene, sólo dedica una a este tema. Pero lo más sorprendente es que, salvo unos comentarios muy breves sobre la entonación y el ritmo, el resto son simples

recomendaciones que poco tienen que ver con la locución en el sentido que nos ocupa:

En el locutorio, una voz tendrá que hacer siempre la presentación del tema o bloque (...) Cuando alguien se despide diciendo 'buenas tardes' hay que contestarle por corrección para agradecerle la conexión o emplazarle para la próxima (...) Hay que tenerle respeto al oyente. Por eso, es incorrecto y de mal efecto, cuando el locutor entabla conversación con un enviado especial, llamarle solamente por el nombre de pila, Manolo, Alberto, César. En todo caso, habrá que dar el apellido (RTVE, 1980: 62-63).

Pensamos que no es lícito que, bajo el epígrafe de locución, aparezcan consejos como los expuestos, que no denotan más que un claro desconocimiento de los parámetros que intervienen en la definición de la locución radiofónica y, especialmente, de los poderes que tiene la voz para transmitir, entre otras cosas, seguridad, confianza, naturalidad, credibilidad..., pero también alegría, tristeza, misterio, etc.:

En efecto, la radio genera una particular relación emisor / receptor; un contexto comunicativo único en el que la expresión sonora del locutor se dota de una especial significación. La especificidad que presenta el medio obliga al profesional a convertir su voz en un instrumento de trabajo perfectamente moldeable, capaz de estimular, en la mente del receptor, la recreación de cualquier imagen, cualquier sensación y / o cualquier emoción (Huertas y Perona, 1999: 93).

Cuando en RTVE (1980: 63) se habla de la entonación y del ritmo se hace en los siguientes términos: «la imparcialidad que debe caracterizar a todo informador afecta también, y a veces principalmente, a la entonación cuando se lee una noticia» (...) «la lectura debe ser rápida pero comprensible, sin énfasis, con naturalidad. Queremos un ritmo vivo». Y nosotros nos preguntamos: ¿qué se entiende por «ritmo vivo»?; ¿qué relación existe entre rapidez de lectura y énfasis?

Sin lugar a dudas, estas afirmaciones redundan sobre la escasa importancia que se le concede a la locución en los manuales de estilo de las emisoras de radio, al tiempo que vuelven poner de manifiesto un claro desconocimiento de las características no vocales que acompañan a las palabras habladas. En el caso del ritmo se tiende a asociarlo simplemente con la velocidad, como sucede en gran parte de la bibliografía que aborda alguna cuestión relacionada con la locución audiovisual, cuando, en realidad, es un factor determinante en el campo de la sintaxis sonora. De hecho, en el terreno de la comunicación radiofónica, el ritmo, en tanto que resultado de una actividad perceptiva, es crucial para atraer y mantener la atención de los radioyentes, para describir los movi-

mientos de la realidad que se está explicando, para recrear estados de ánimo o para transmitir diferentes sensaciones.

La palabra radiofónica presenta una estructura rítmica interna determinada por la duración de las sílabas, la longitud de los grupos fónicos y la duración de las pausas que separen dichos grupos fónicos. Por eso, en función de la sensación que se quiera despertar en el oyente, la simple manipulación de dicha estructura ya será suficiente para que, al sonorizar un texto, en la mente del receptor se genere, por ejemplo, una imagen de tranquilidad y sosiego (pausas largas, grupos fónicos extensos, etc.) o, por el contrario, una impresión de nerviosismo y tensión.

Los manuales de estilo tampoco se refieren al valor expresivo de las principales características acústicas de la voz (tono, timbre e intensidad), que si bien no juegan un papel fundamental en la locución de noticias estrictas, sí lo pueden desempeñar a la hora de verbalizar la información a través de otros géneros, como la crónica o el reportaje. No olvidemos, por ejemplo, que el tono interviene decisivamente en la construcción sonora de ambientes y escenarios (los tonos agudos se asocian con la luminosidad y los colores claros, y con todos aquellos conceptos que, de alguna forma, se relacionan con dicha asociación: brillo, día, sol...; por el contrario, los tonos graves tienden a asociarse con los colores oscuros). El tono sirve también para generar ilusiones espaciales. Así, en la descripción de un objeto con respecto a una determinada situación espacial, la agudeza del tono implica lejanía, mientras que la gravedad sugiere proximidad. De la misma manera, las asociaciones arquetípicas establecen una estrecha relación entre la audición de una voz grave y las sensaciones de tristeza, depresión, pesimismo, melancolía, etc. Por el contrario, la agudización del tono indica alegría, optimismo o sorpresa, pero también miedo, nerviosismo y tensión. Finalmente, los tonos bajos incentivan la imaginación y la creación de personajes sombríos, misteriosos y / o malévolos, mientras que los altos son más adecuados para la recreación de tipos joviales, cómicos, etcétera.

Sobre la intensidad de la voz, resaltaremos su capacidad para expresar también actitudes emocionales. Las variaciones de intensidad son muy adecuadas para representar estados de ánimo, así como el carácter de un determinado personaje: la agresividad, la cólera, el miedo, la tensión o el nerviosismo se ilustran con un volumen más alto que la tristeza, el cansancio, la debilidad o la depresión. Por otra parte, la intensidad ayuda a describir tamaños y distancias y, en combinación con la agudeza o gravedad del tono, refuerza la ilusión espacial de lejanía (volumen más bajo) o proximidad (volumen más alto). Finalmente, respecto al timbre destacaremos su capacidad de informar, más que cualquier otra cualidad acústica, sobre el aspecto del hablante (edad, atractivo, altura,...), por lo que se perfila como una señal que facilita la construcción

de un determinado personaje o el retrato que del locutor radiofónico quiera éste que se hagan los oyentes, así como a reforzar la descripción de texturas (suavidad, rugosidad, etc.) e impresiones (sensualidad, fortaleza, etc.).

## Otros menesteres estilísticos

Las fuentes de información es otro de los temas a los que se refieren la totalidad de los libros de estilo analizados, que inciden en la comprobación, fiabilidad e identificación de las mismas, a la vez que recomiendan huir de expresiones atributivas vacías de contenido, como «fuentes competentes», «fuentes fidedignas», «fuentes de todo crédito» (Madero y otros, 1996: 47) o «fuentes de toda solvencia» (Cadena Ser, 1989: 12). Con independencia de que el periodista está llamado a ser el principal suministrador de noticias, los manuales no pasan por alto el papel que en este ámbito desempeñan las agencias de noticias, los gabinetes de comunicación, los informes de empresas e instituciones, u otros medios de información, como la prensa o la televisión, en tanto que fuentes de información asiduamente utilizadas. No obstante, la insistencia en la necesidad de disponer de informaciones propias es una constante: «La redacción de Onda Cero debe intentar ampliar cualquier despacho de agencia con datos propios. Nunca leeremos en antena un despacho de agencia tal y como nos llega» (Madero y otros, 1996: 50).

Hay que eliminar el teletipo en todo lo posible. Y, cuando se utilice, hay que reelaborarlo y perfeccionarlo siempre, sin limitarnos a copiar el primer párrafo. Las fotocopiadoras hacen eso mejor y más rápidamente. Las informaciones deben ser propias. Para eso tenemos a los reporteros, a las redacciones en provincias y a los corresponsales y enviados especiales en el extranjero. No os fiéis ciegamente de los teletipos. No hay que dar por buenos los errores que contengan. (RTVE, 1980: 64).

Puesto que ninguno de los textos han sido revisados, los cambios experimentados como consecuencia de la informatización de las redacciones y el uso de Internet como fuente de información no aparecen reflejados, lo que evidencia, de nuevo, la necesidad que tienen los manuales de adaptarse a los requerimientos del actual entorno digital.

El sistema informático en las redacciones radiofónicas ha facilitado un acceso más rápido y más fácil, no sólo a las fuentes de información a través de la consulta de ficheros ya grabados o que vamos grabando en el disco duro, sino también, una sencilla e inminente comprobación de la información que obtenemos. Se simplifica el modo de elaboración de las noticias mediante softwares especiales y propios para cada cadena

o emisora de radiodifusión, se permite la corrección de esas noticias, el lugar dentro del guión técnico, la maquetación o el diseño de la noticia, etc., son tareas mucho más sencillas y que podemos realizar de una manera más cómoda desde nuestra pantalla del ordenador (Peñafiel, 2000).

La organización del trabajo en las redacciones, las conexiones en directo, el control central, el guión, el tratamiento de las grabaciones, o las señales básicas del locutor para comunicarse con los técnicos (mímica) son otras cuestiones que se abordan en los libros de estilo, pero, en tanto que cuestiones puntuales de cada emisora, no nos vamos a detener en su descripción.

## Uso del idioma: una revisión urgente

Bajo el epígrafe *Diccionario de dudas*, todos los manuales de estilo incorporan un capítulo cuyo objetivo es aclarar las dudas más frecuentes que se derivan del uso del castellano o de cualquiera de las otras lenguas oficiales del estado español (caso de COMRàdio con el català). En general, se trata de una serie de consejos y puntualizaciones para evitar confusiones y usos incorrectos de algunas expresiones, vicios lingüísticos y latiguillos (en otro orden de cosas, cambiamos de argumento informativo, retomamos el hilo, que no aportan información y distraen al oyente), galicismos o anglicismos, tópicos, o errores de género, etc., así como para impedir la utilización de palabras inexistentes. Sin embargo, la no actualización de los libros de estilo implica que, en algunos casos, ciertas recomendaciones ya no tengan sentido y se precise, por tanto, de una revisión urgente. Así, por ejemplo, en 1996 Onda Cero alertaba sobre el uso de la palabra «reinserción», en tanto que «no es un término aceptado por el DRAE. Digamos reintegración» (Madero y otros, 1996: 148). En la actualidad, el Diccionario de la Real Academia Española define reinserción como «Acción y efecto de reinsertar», es decir, «volver a integrar en la sociedad a alguien que estaba condenado penalmente o marginado». Del mismo modo, en el manual de la Ser se subrayaba que no se podían utilizar palabras como «maximizar», «optimizar» o «concretizar», cuando ahora sí son válidas.

Como puede suponer el lector, la lista de aclaraciones que conforman este apartado es muy amplia en todos los manuales analizados, pero hay algunas que, dada su frecuencia de uso, merecen ser destacadas:

-*Abertura, apertura*: No son términos sinónimos. La abertura es una grieta o hendidura. Apertura es la acción de abrir o iniciar algo. (Madero y otros, 1996: 117).

-*Alta calidad*: Dígase gran calidad, para evitar el galicismo o anglicismo. (RTVE, 1980: 81).

-*América, americano*: Dígase norteamérica (o Estados Unidos) y norteamericano, cuando hayamos de referirnos a este país y sus ciudadanos. (RTVE, 1980: 81) .

-*Bajo el punto de vista*: Dígase desde el punto de vista RTVE, 1980: 83).

-*Breves minutos*: Nótese que los minutos duran siempre 60". Pueden ser pocos o muchos, pero nunca más breves o más largos (Madero y otros, 1996: 120).

-*Compensación*: mal usado como retribución, sueldo, salario o recompensa (RTVE, 1980:85).

-*Consenso*: Palabra de la que se está abusando. Téngase en cuenta que consenso no es sinónimo de acuerdo. Para que haya consenso se precisa de unanimidad. (RTVE, 1980: 85).

-*Ente*: italianismo absurdo. Dígase (aunque lo consagre alguna disposición) organismo, entidad, etc. (RTVE, 1980: 91).

-*Imam*: Es una palabra castellana. No debe usarse imán. Significa jefe religioso musulmán (Madero y otros, 1996: 133).

-*Modisto*: No debe usarse esta expresión, al igual que no se usa periodisto. (Madero y otros, 1996: 139).

-*Querella*: todas las querellas son criminales, por lo tanto la expresión querella criminal es redundante (Madero y otros, 1996: 147).

-*Ser objeto de*: Se suele leer «X fue objeto de una agresión». ¿Por qué no «X sufrió una agresión»? (RTVE, 1980: 103).

-*Veredicto*: Es, fundamentalmente, la «definición sobre un hecho dictada por un jurado»; no debe desplazar a fallo o sentencia. (RTVE, 1980: 105).

Algunos ejemplos en catalán (todos ellos extraídos de Ortega, 2007):

-*alt tribunal*: L'alt tribunal no és el Tribunal Constitucional, sinó el Suprem, ja que és al cim de la justícia ordinària. Tècnicament, el Tribunal Constitucional és un organisme col·legiat que té competència exclusiva per resoldre els recursos d'inconstitucionalitat, els d'empara per violació de drets i llibertats i els conflictes de competència entre l'estat i les comunitats autònomes. No està per tant per sobre de cap altre tribunal (Ortega, 2007: 49).

-*anorèctic, anorèctica*: No anorèxic, anorèxica (Ortega, 2007: 49).

-*cimera*: Una cimera no és una reunió qualsevol, sinó una trobada entre iguals. No és per tant una cimera una reunió entre el president del govern i el lehendakari, però sí que ho és una reunió dels ministres d'Agricultura de la Unió Europea (Ortega, 2007: 51).

-*discapacitats*: Evitarem sempre i sistemàticament l'ús dels termes invàlid i minusvàlid per referir-nos a persones discapacitades, ja que són expressions que connoten judicis de valor sobre la «validesa» d'aquestes persones (Ortega, 2007: 54).

-*quiròfan*: Direm quiròfan encara que no sigui normativament correcte. La suposada solució, sala d'operacions, no és creible (Ortega, 2007: 62).

-*signe i senyal*: Un signe és una representació simbòlica d'alguna cosa, mentre que un senyal n'és un indici. Així doncs, si un cadàver apareix amb ganivetades diverses direm que «presentava senyals de violencia», no pas «signes de violencia» (Ortega, 2007: 63).

## El lenguaje radiofónico: el gran ausente

Salvo en el caso de la Cadena Ser, donde se dedica un capítulo al montaje, «en tanto que instrumento fundamental que configura el lenguaje radiofónico en su expresión más contundente, mediante la mezcla de los elementos característicos del medio: palabra hablada, documentos sonoros, música y efectos» (Cadena Ser, 1989: 37), el resto de libros de estilo no incluye ninguna mención al lenguaje radiofónico, o al conjunto de formas sonoras y no-sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, «cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de los factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes» (Balsebre, 1994a: 27).

Aunque las noticias estrictas se basan en la palabra, la existencia de otros géneros informativos que sí se prestan a la incorporación de músicas, efectos sonoros y / o silencios debería ser condición suficiente para que el uso de estos componentes del lenguaje radiofónico fuera considerado en los manuales. Su inclusión evitaría, probablemente, que la mayoría de las piezas musicales que en ocasiones aparecen en un reportaje acaben convirtiéndose en simples elementos accesorios –sin valor comunicativo alguno–, que los efectos sonoros sólo sean usados en su función ornamental, o que el silencio dejara de ser un componente que, por los prejuicios que sobre él pesan, apenas se usa. Por otra parte, el mero hecho de que la música aparezca en función sintáctico-gramatical en los programas informativos clásicos justificaría también su tratamiento en los libros de estilo.

En radio se dice que la música es sintáctico-gramatical cuando ordena y distribuye contenidos y secciones, es decir, cuando tiene un carácter organizador. En esta función, la música se presenta en diferentes tramos de corta duración, lo que da lugar a que se pueda hablar de esos tipos de inserciones, como la *sintonía*, la *cortina*, la *ráfaga* y el *golpe musical*, que habitualmente encontramos en los espacios de noticias. Pero con independencia de la función sintáctico-gramatical, en el medio que nos ocupa la música desempeña otras funciones no menos importantes, como por ejemplo la descriptivo-expresiva, que aparece cuando la melodía, dadas sus características y a partir del contexto en el que se inserta, suscita un determinado «clima» emocional y crea una determinada «atmósfera» sonora, llegando a despertar verdaderas sensaciones y emociones en aquel que la escucha. Lo mismo sucede con los efectos sonoros, componentes de una gran riqueza expresiva que, en su función narrativa, por ejemplo, pueden marcar transiciones espacio / temporales, reconstruir accio-

nes que no precisan de la palabra ni de la música, o resaltar alguna característica importante de un determinado personaje. Sin embargo, «la capacidad de los efectos para reconstruir ambientes no ha sido suficientemente apreciada por la radio informativa, que en su empeño por consolidar el índice de credibilidad ha huido de los matices subjetivos que pudiese aportar cualquier sistema sonoro que no fuese la palabra» (Gutiérrez y Perona, 2002: 62).

Esta tendencia a no aprovechar las posibilidades expresivas de los componentes del lenguaje radiofónico choca de plano con las preferencias de uno de los pioneros del periodismo radiofónico, el norteamericano Edward R. Murrow, quien, en sus crónicas para la CBS elaboradas desde Londres durante la Segunda Guerra Mundial, no dudaba en incorporar los sonidos de la realidad al mensaje informativo.

Las crónicas de Murrow no sólo estaban hechas de palabras. El periodista concedió una gran importancia a los sonidos de la realidad. Murrow creía que el sonido de un bombardeo podía explicar mejor que cualquier palabra que el pudiera pronunciar cuál era la situación en la que se encontraba. Durante sus años de corresponsal de guerra en Londres, incluir sonidos en sus transmisiones era un motivo más para subir al terrado de la BBC cada noche: no sólo para ver dónde caían las bombas, sino para que los norteamericanos pudieran sentir directamente las bombas cayendo (Comas, 2006: 55).

En cuanto al silencio, un componente no sonoro con amplias capacidades expresivas, su uso es muy limitado en la radio –informativa o no–, ya que, al no estar familiarizado con sus códigos, el oyente ha tendido a considerarlo como una información no deseada, como un fallo técnico, como un «ruido» o como una interrupción de la comunicación. Y es que, en nuestra cultura, existe un marcado temor al silencio y, sobre todo, a aquellas situaciones en las que éste impera.

Sin embargo, como bien sostiene Comas (2006) en una investigación sobre los recursos sonoros en los informativos, los sonidos de la realidad, así como también los silencios, llaman poderosamente la atención del oyente. Por este motivo, Murrow los utilizaba con frecuencia. «Además, sabía que el sonido, si está bien escogido y bien incluido en la narración, apela a la imaginación necesaria para que la audiencia pueda reconstruir mentalmente el escenario visual de los hechos» (Comas, 2006: 70).

## Nuevos contenidos informativos para una nueva sociedad

Aunque los libros de estilo más recientes nacen con objetivos similares a los manuales más antiguos, en los primeros se observa una clara tendencia a profundizar en aquellos aspectos relativos al contenido de las noticias, dejando

en un plano mucho más secundario todo lo que tenga que ver con cuestiones meramente normativas. En este sentido, resulta de especial interés el *Llibre d'Estil* de COMRàdio, donde, en consonancia con las particularidades de la sociedad actual y los fenómenos más recurrentes, aparecen distintas reflexiones sobre el tratamiento que deben recibir las informaciones relativas a la inmigración, el terrorismo, la justicia y los sucesos, o la violencia contra las mujeres.

Sobre el primero de estos temas, el *Llibre d'Estil* advierte de la necesidad de tratar la inmigración de la manera más humana posible, evitando los tópicos y los estereotipos sobre las personas que migran.

En primer lugar, se deberá observar siempre si el contexto ayuda a saber de qué estamos hablando, y así, si ya tenemos expresiones como *patera* o *cruzar el estrecho*, podremos omitir siempre que convenga la palabra inmigrante. Es decir, preferimos una fórmula como 'Hoy la Guardia Civil ha interceptado una patera con 20 personas a bordo' en vez de 'Hoy la Guardia Civil ha interceptado una patera con 20 inmigrantes a bordo', cosa que quiere decir recordar un hecho que a menudo se olvida: se trata de personas, y siempre que podamos lo diremos así, personas (Ortega, 2007: 23).

El texto puntualiza que el término inmigrantes, obviamente, no está prohibido, pero si se quiere decir alguna cosa más se puede optar por adjetivar sobre la procedencia (subsaharianos, ecuatorianos, etc.), prescindiendo de fórmulas como *irregular*, *ilegal*, etc. Por otra parte, también se aconseja sobre la necesidad de evitar emplear símbolos bélicos al hablar de la llegada de inmigrantes. «En ocasiones, malévolamente, hay quien habla de invasión, o dicen que vienen por tierra, mar o aire» (Ortega, 2007: 23).

Por lo que respecta al terrorismo, se dice que se mirará de tratarlo independientemente del origen de los terroristas o de la fe que profesen. Por este motivo, se evitará adjetivar el terrorismo con gentilicios o con adjetivos relativos a religiones, ya que su uso lleva a generalizaciones gratuitas; «así, ya que no decimos 'terrorismo vasco' para hablar de ETA, no diremos 'terrorismo islámico' para hablar de Al Qaeda» (Ortega, 2007: 23).

Sobre las noticias de justicia y sucesos, el *Llibre d'Estil* destaca, entre otras cosas, la necesidad de no dar el nombre de las víctimas de la violencia, por respecto a la intimidad de la persona y, sobre todo, para evitar que, con su nombre, se etiquete una determinada tipología de crimen:

Es lo que pasó con el «caso Alba», la niña maltratada de Montcada i Reixac (Barcelona). Todos los medios pusieron el nombre (y en algunos casos los apellidos) de la niña, y sólo días más tarde algunas voces se atrevieron a alertar de los excesos que el tratamiento de la información había comportado. Lo mismo se debe hacer con las víctimas de la violencia machista (Ortega, 2007: 24).

Finalmente, en relación con la violencia contra la mujer, el manual de COMRàdio rechaza el uso de la expresión de origen inglés *violencia de género* para designar las agresiones de un hombre contra su mujer, pareja, ex mujer o ex pareja, señalando que en lenguas como el castellano o el catalán el género es un accidente lingüístico y que, por tanto, género tienen las palabras, pero no las mujeres. Por eso, se deben emplear alguna de las alternativas conocidas: *violencia doméstica, violencia contra la mujer* y *violencia machista*.

La violencia doméstica es, literalmente, violencia «en casa» y consideramos que incluye las agresiones que pueda padecer la mujer en su hogar, pero también otros miembros de la familia, como por ejemplo los niños o los ancianos. En cambio, la violencia contra la mujer o violencia machista son conceptos mucho más amplios, e incluyen tanto las agresiones a mujeres fuera del ámbito doméstico como también otras formas de violencia. Por tanto, tenderemos al uso de *violencia contra la mujer* para hablar de la problemática en general, pero mantendremos *violencia doméstica* para los casos circunscritos al ámbito familiar. En 1993 (diez años antes de que se instalara entre nosotros el sentido anglófono de *género*), las Naciones Unidas ya aprobaron la *Declaración sobre la eliminación de todas las formas de violencia contra la mujer*, mientras que en 1997 el Parlamento Europeo formuló la resolución *Tolerancia cero ante la violencia contra las mujeres*. (Ortega, 2007: 24).

Por su parte, la Cope se manifiesta comprometida con la defensa de los derechos humanos y se inclina por los pobres y marginados, aunque respeta la generalidad de las personas. No considera extranjeros a los ciudadanos de América Latina, y se esfuerza por valorar los rasgos diferenciares de cada pueblo de España. Esta característica cobra especial importancia en la comunidad canaria por sus vínculos históricos con Hispanoamérica.

## Conclusión

Los libros de estilo utilizados para la elaboración de este capítulo evidencian la importancia que las principales cadenas de radio españolas han venido otorgando al contenido de las informaciones y a las normas de redacción de las noticias, pero no así a la forma de transmisión de las mismas a través del sonido. Los manuales estudiados apenas abordan cuestiones clave de la comunicación radiofónica, como la locución o el uso expresivo de los componentes del lenguaje propio de la radio, lo que resulta muy preocupante si se tiene en cuenta la capacidad del medio para generar imágenes auditivas y, especialmente, para transmitir, mediante la voz, la música, los efectos sonoros y el silencio toda esa información suplementaria que el receptor no puede «ver».

Por otra parte, el análisis llevado a cabo pone de relieve la necesidad que tienen estos libros, sobre todo los más antiguos, de adecuarse a los retos del escenario comunicativo en el que estamos inmersos; un escenario caracterizado, entre otras cosas, por el uso de nuevas fuentes de información como consecuencia del desarrollo tecnológico, la emergencia de nuevos protagonistas de la actualidad, y la consolidación de nuevos hábitos de consumo radiofónico.

Los manuales se revelan, sin duda, como instrumentos necesarios y útiles en el seno de las redacciones, pero también es verdad que, para asegurar su eficacia, las emisoras deberían establecer planes de seguimiento para evaluar su aplicación real.

## Bibliografía


Apezarena, José (2003): *Libro de estilo*, La Rioja: Cadena COPE.

Asociación de la Prensa de Madrid (2007): *Informe de la profesión periodística*, Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.

Balsebre, A. (1994*a*): *La credibilidad de la radio informativa*, Barcelona: Feed-Back Ediciones.

Balsebre, A. (1994*b*): *El lenguaje radiofónico*, Madrid: Cátedra.

Bastante, Jesús (2007): «La Iglesia invita a "huir de los santones" de las emisoras de radio». En *ABC*, 17 de mayo, sección Sociedad.

Cadena Ser (1989): *Proyecto de Normas de estilo*, Madrid: Cadena Ser.

Comas, Eva (2006): *Els recursos sonors en els informatius radiofònics* (tesis doctoral), Barcelona: Unversitat Ramon Llull.

Gutiérrez, M. E.; y J. J. Perona (2002): *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*, Barcelona: Bosch.

Huertas, A.; y J. J. Perona (1999): *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*, Barcelona: Bosch.

Madero, F.; y otros (1996): *Guía de estilo de Onda Cero Radio*, Madrid: Onda Cero.

Ortega, Rudolf (2007): *Document provisional de Llibre d'estil*. Barcelona: COMRàdio.

Ortega, Rudolf (2008): *Llibre d'estil de COMRàdio*, Barcelona: COMRàdio.

Ortega, Rafael. (2000): «Para escuchar la radio», *Alfa y Omega. Semanario católico de Información*, 210 (24/07/2000).

Peñafiel, C. (2000): «La informatización en radio: un camino sin retorno», comunicación presentada en las *XV Jornadas Internacionales de la Comunicación: Reinventar la radio*, Pamplona: Universidad de Navarra.

Soengas, X. (2003): *Informativos radiofónicos*, Madrid: Cátedra.

RTVE (1980): *Manual de estilo para informadores de radio*, Madrid: RTVE-Radio Nacional de España.

## Otras fuentes

«La Iglesia invita a "huir de los santones" de las emisoras de radio», *ABC*, Madrid, Edición del 17 de mayo de 2007.

*Publiradio*, http: http://www.publiradio.net/.

Ministerio de Educación y Ciencia (2009): *Mediaradio*, http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/index.html.

Santiago Alcoba (coord.), Ramón Sarmiento, José Manuel Pérez Tornero *et al.*; ed. Margarita Freixas, María J. Machuca y José María Perceval, Barcelona, 2009. Publicación electrónica en http://mediamentor.org/es/publications
ISBN: 978 - 84 - 692 - 3369 - 6

# TÓPICOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: LA PUNTA DEL ICEBERG DE LOS ARQUETIPOS SOBRE «EL OTRO»

José María Perceval
*Universitat Autònoma de Barcelona*

Javier Fornieles Alcaraz
*Universidad de Almería*

## Introducción

La raíz *topos* se aplica par formar una serie de términos científicos que nos hablan de fenómenos iterativos: topografía, toponimia, topología, topometría,... Es una fórmula que utilizamos para ahorrar información, al darla por sabida o porque forma una frecuencia repetitiva. Científicamente, por tanto, es correcto e imprescindible su uso de la misma forma que, en la creación de un texto explicativo, ayuda a crear una corriente de identificación con el lector al andar sobre terrenos compartidos.

Literariamente, el término 'tópico' adquiere contenidos negativos ya que nos referimos a algo ya conocido, algo habitual y por tanto no creativo, la llamada «utilización de los lugares comunes», metáfora paisajística que nos indica la tranquilidad y ductilidad de su uso para explicar situaciones convencionales. Caer en el tópico es no sólo normal sino tranquilizador.

Se trata, por tanto, de una ayuda, una alusión a un lugar común –algo compartido en el universo común mental al que pertenecen el comunicador y su receptor– que permite al comunicador ahorrarse información. Los tópicos son previos al discurso producido por el comunicador, son la punta del iceberg de

arquetipos construidos socialmente. Es mucho más lo que se insinúa que lo que podemos adivinar en un análisis formal del discurso. La función del tópico es facilitar la comunicación ya que ahorra información al situar los acontecimientos novedosos, las noticias, en un contexto o caso ya conocido, enmarcando la novedad dentro de una cosmovisión previa y tranquilizando al hablante / oyente / informante / sobre la imprevisión de la noticia.

En los medios de comunicación la utilización abusiva del tópico es peligrosa porque refuerza, al mismo tiempo que se refiere muchas veces sin nombrarlos directamente, los arquetipos previos construidos sobre personas, grupos, colectividades étnicas...

Los libros de estilo no pueden afrontar la limpieza de todos los tópicos o lugares comunes con los que se ayudan los comunicadores a la hora de construir la información y de estructurar sus estrategias de comunicación.

Los tópicos, en su sentido original de 'topoi', no tienen porque ser negativos o positivos en principio pero siempre restan agilidad a la comunicación, introducen ruido generalmente inútil y merman efectividad al trabajo del periodista. Si aplicamos una estricta deontología, deben ser controlados constantemente.

Los tópicos son perjudiciales cuando estos 'lugares comunes', utilizados por el comunicador inciden en determinadas características negativas y excluyentes de personas o colectivos (por su situación u origen social, cultural o étnico). Incluso, en determinadas situaciones de violencia real o estructural contra estos grupos, la utilización o la alusión indirecta a tópicos sobre ellos, es perversa, malediciente, y debe ser perseguida incluso por la ley.

Vayamos al estudio de casos.

## Un incidente no tan aislado

El incidente de la ONG francesa *El Arca de Zoé*, conmovió la prensa occidental a principios de noviembre de 2007, después de las detenciones practicadas en la zona de refugiados cercana a la región sudanesa de Darfur. *El Arca de Zoé*, lucía un nombre diluviano y catastrofista que ya era una invitación a una confusa unión de victimismo y esperanza bíblica en la salvación divina de los niños supuestamente abandonados en estas zonas de guerra.

Nombrar una ONG es nombrar ya un tópico, un tópico bien instalado en los medios de comunicación occidentales –la ONG salvadora, el voluntario ('*bénévole*' en francés) caritativo, el donante anónimo...– unido en este caso a unos padres deseosos de adoptar: tres figuras tópicas de la filantropía que se despliega sobre las víctimas para salvarlas de los múltiples peligros de nuestro mundo actual.

Sin embargo, en este caso, las reacciones de los medios de comunicación fueron muy diferentes según la zona geográfica. La prensa africana y árabe cubrió las manifestaciones contra esta acción se desarrollaron en el país donde estaba actuando la ONG salvadora (Sudán) prácticamente en directo con un eco importante que superó la prensa del resto de África para entrar como noticia diaria en las cadenas africanas y del mundo árabo-musulmán (sobre todo, al-Jazira).

Por su parte, los medios de comunicación occidentales obviaron las manifestaciones contra la ONG y contra la intervención de los occidentales, situándolas como muestras de barbarismo y de incomprensión, para desplegar inmediatamente su atención sobre las verdaderas víctimas: los occidentales detenidos en la operación policial (conocemos sus nombres, sus familias, sus problemas, su estancia en la cárcel...). Inmediatamente la atención se centró sobre las azafatas españolas, su situación en las cárceles de Chad, su liberación 'mediática' por el presidente francés.

Tras la intervención del presidente francés que, reafirmaba así el tópico de campaña de hombre enérgico y activo que soluciona los problemas rápida y personalmente, las azafatas fueron liberadas. La liberación se convirtió en la noticia mientras el problema judicial se convertía en 'drama', una trampa de la que se esperaba sacar rápidamente a estos ciudadanos españoles.

Sin embargo, los medios de comunicación africanos y del mundo árabo-musulmán lo vieron de una forma absolutamente diferente debido a cambios geopolíticos importantes:

a) El acuerdo entre el gobierno de Chad (Djamena) y el de Sudán (Jartum) sobre el problema de Darfur en el que se encontraban enfrentados. El escándalo de la ONG fue interpretado contra occidente, acusado de intervenir neo-colonialmente en la zona.

b) El desembarco cada vez mayor de Ongs del mundo árabe en competencia con las occidentales y fuertemente ideologizadas (religiosa y políticamente ligadas al conjunto de Arabia y emiratos) que imponen condiciones al mismo tiempo que acusan a las organizaciones occidentales de proselitismo cristiano. El mundo musulmán rechaza la adopción como fórmula legal lo que aumenta los motivos de conflicto en este caso.

c) Todos estos cambios coinciden con el aumento de intereses chinos en la zona debido a sus reservas energéticas necesarias para el desarrollo de la economía del país asiático.

Así que, como está sucediendo cada vez con más frecuencia, dos redes de comunicación: la occidental y la del mundo africano (al que se ha sumado el mundo árabo-musulmán) desarrollaron dos estrategias diferentes de tratamiento de la noticia (en realidad, el secuestro frustrado de unos niños por una organización delictiva disfrazada de filantrópica): de una parte los tópicos sobre las sociedades extra-occidentales que necesitan la ayuda inminente de los europeos y, de otra parte, los tópicos sobre el occidental explotador que termina robando niños.

## Los tópicos sobre el occidental

En la prensa subsahariana (desde Jartum al Cabo) se desarrolló todo un despliegue de propaganda antioccidental basado en una serie de tópicos, mitos urbanos y al calor de determinadas historias que recorren los países del Sur desde hace años en relación con el desarrollo cada vez mayor de la industria mediática. Dos redes principales se han visto afectadas por el hecho:

a) La red de publicaciones subsaharianas, concretamente del área francófona que va desde Chad hasta Senegal, a la que se unen los medios de comunicación anglófonos al sur de esta línea hasta Sudáfrica.

b) La red de publicaciones del mundo árabe por dos razones fundamentales (la entrada de ONGS árabes en Chad y Darfur en competencia con las occidentales y la oposición a la adopción que es considerada directamente un robo por la prensa islámica).

En el caso de la ONG francesa, la prensa local dramatizó sobre tres tópicos del occidental:

1. El robo que practican de las riquezas locales (en este caso, los niños)

2. El robo de órganos y la utilización de niños o jóvenes para asesinarlos en las mesas de operaciones.

3. La pederastia natural de los occidentales que practican un turismo sexual creciente y que afecta a la infancia.

Se une a todo esto un sentimiento general de las pequeñas burguesías emergentes de los países del sur contra la presencia del turista (que recoge toda la

propaganda anti turística normal en las propias sociedades occidentales sobre la prepotencia y vulgaridad del turista, su despreocupación sobre el medio ambiente, la destrucción artística y paisajística que supone la implantación hotelera, el desprecio de las costumbres locales).

¿Son de origen extra occidental estos tópicos sobre el occidental o son internos al propio occidente? Estos tópicos han sido analizados en cierta manera por Ian Buruma y Avishai. Margalit aunque mezclando dos aspectos, uno bien argumentado (el origen del antioccidentalismo en los propios intelectuales occidentales) y otro, una larga tradición de visión de oriente sobre occidente mucho más difícil de demostrar.

El problema sobre los tópicos occidentales y anti-occidentales es que el propio 'occidente' es una creación intelectual occidental que se realizó en negativo al crear con el orientalismo un oriente tópico que lo destacaba, lo rodeaba y le daba personalidad. La idea de Occidente no ha sido creada por ningún oriente (ya que oriente no se consideraba como tal hasta que occidente lo definió). El libro de Edward Said estudia este fenómeno y, probablemente, da argumentos actualmente al anti occidentalismo de las burguesías y los intelectuales de estos países que se están convirtiendo en una cadena de tópicos.

## Los tópicos de la prensa occidental

La prensa occidental ha reaccionado ante el problema del Arca de Zoé uniendo tres grandes temas:

a) Los niños abandonados y necesitados de ayuda. La cuestión de la adopción ilegal se obvia tras el deseo de amparar niños en peligro y la lógica ansiedad de las familias que desean tener un niño.

b) La prepotencia salvadora de las Ongs en este caso llevada por el arca de Zoé y su líder mesiánico Eric Breteau, a extremos increíbles en un caso realmente extraordinario de megalomanía por parte de este ex bombero metido a redentor de la humanidad.

c) La introducción de acciones en catástrofes o supuestas catástrofes mediante organizaciones sin la menor experiencia del terreno y alterando profundamente las costumbres y las redes de funcionamiento del sistema.

Una larga tradición de tópicos sobre el extra-occidental funcionan perfectamente a la hora de construir estas noticias: la inutilidad del no occidental para

regular autónomamente su vida, el despotismo oriental asumido por poblaciones esclavizadas y mentalmente esclavas, la necesidad de elevar el nivel de vida, educación y democracia de estas sociedades incluso contra su voluntad, la incomprensión natural ante los propósitos civilizadores...

A todo esto se suma una tendencia mediática, descrita por el filósofo Guillaume Ellner, de fijar la atención de las poblaciones en las víctimas como verdadero objetivo redentor de las democracias occidentales. La razón es que, por encima de todo y en primer lugar se encuentran las víctimas

## Indefinición del término 'víctimas' en los medios de comunicación

Por un lado tenemos una concentración reductiva: últimamente, las víctimas van asociadas estrictamente a actos terroristas, serían las 'Víctimas' con mayúsculas que, desde el 11S se van imponiendo como las super víctimas. Quedan olvidadas las víctimas provocadas por otros conflictos, por una situación continuada de guerra o por la represión, indiscriminada en ciertos casos, de los «violentos». Esta reacción frente a la violencia puede ser extremadamente violente y puede alcanzar a otros grupos de civiles, considerados apoyo ideológico o logístico de estos «violentos». Estas nuevas víctimas son minimizadas, olvidadas o despreciadas al haber sido un apoyo de los violentos.

Por otro lado, sin embargo, nos encontramos con una extensión del término 'víctimas' –aunque sea en minúscula– de forma explosiva en múltiples artículos y opiniones canalizadas por los medios de comunicación. En esta ampliación del contenido semántico del término víctima se diluye la condición de víctima, ya que abarca desde quien sufre la violencia estructural al *mobbing*, desde el atentado terrorista a las víctimas de la carretera en fin de semana, de la violencia doméstica a los efectos del tabaco, de la represión policial a los infractores de circulación, de los concentrados en los campos de Darfur a los afectados por los hundimientos del Carmelo en Barcelona, de los asesinados por un grupo paramilitar a los ahogados en un tsunami....

En esta extensión del término contamos incluso con un aspecto ciertamente paradójico, la extensión de la víctima en sentido diacrónico: la herencia del victimismo puede extenderse por generaciones, como es el caso de los descendientes de esclavos o de etnias maltratadas por el desarrollo nacionalista del siglo XIX y XX, de los habitantes de los estados postcoloniales a los sucesores de diversos genocidios. Esta extensión que, peca de racismo implícito, no tiene que ver con una restauración de la memoria histórica –siempre necesaria– sino que traslada una herencia genética inédita –la de víctima– y la conecta con el historicismo nacionalista que construye sus reclamaciones en afrentas sucedidas

hace cincuenta años o tres siglos. Los historiadores oficiales del nacionalismo serbio pueden considerarse víctimas por una batalla ocurrida en Kosovo hace ocho siglos o los partidarios del gran Islam reclamar un al-Andalus imaginado como un paraíso perdido. Naturalmente, algunos grupos violentos derivados de esta metafísica insatisfacción pueden convertir estas aspiraciones reivindicativas en fuentes de nuevas violencias y nuevas víctimas.

Lo más paradójico de esta explosión victimista es que muchas de las víctimas son consideradas, y acusadas por otros grupos, de verdugos de otras víctimas: así que tenemos víctimas victimarias[1], incluso en este campo ahora tenemos un nuevo tipo de víctima, la del «mártir» que muere en un atentado suicida. Es decir, muere por sus ideas –que reivindica como víctima– matando y provocando nuevas víctimas.

No hay que olvidar que el criminal nazi Eichmann se consideraba una víctima doble: del régimen al que había servido fielmente cumpliendo sus órdenes como funcionario genocida y del tribuna que lo juzgaba.

¿Hasta dónde es soportable toda esta extensión del victimismo?

La extensión, si nos atenemos a la utilización mediática y pragmática del término, es patológica-universal: todo el mundo puede considerarse víctima, de los padres, de los hijos, de los vecinos, del jefe en el trabajo.... de la propia situación en la vida que le ha llevado a no ser un triunfador, a ser un rebelde sin causa o, simplemente, a sentir la pérdida de fuerzas e ilusión por la llegada de la vejez. En una sociedad fuertemente competitiva y meritocrática, todos los que no consiguen subir al podium y obtener la medalla de oro, pueden considerarse, y se consideran, víctimas. Los filósofos franceses que critican el estado compasional señalan esta deriva que convierte en universal a la víctima, consecuencia del estado-dispensario-paternalista que incita a la reclamación continua, a no asumir la responsabilidad frente a la existencia, a refugiarse en un egoísmo infantil o adolescente. Paradójicamente, el estado del bienestar provocaría una serie de insatisfechos patológicos.

Este proceso de extensión del victimismo, animado de forma enloquecida por los medios de comunicación en su búsqueda de la sensación (sensacionalismo) debe cortarse y denunciarse porque no sólo es perverso sino que desprotege a las víctimas de procesos violentos. El ciudadano democrático de los países desarrollados, afectado por su particular proceso de victimismo tiende a minusvalorar las auténticas víctimas o convertirse en espectador pasivo, por muy compasional que sea su mirada, del espectáculo mediático que le presentan sobre las víctimas de los conflictos armados.

[1] Persona que con sus actos o conducta, hace sufrir o convierte en víctima suya a alguien.

## Un nosotros y un ellos

La situación resultante es un reforzamiento de un nosotros y un ellos, o varios 'nosotros' y varios 'ellos', que se alimentan mutuamente en una incomprensión general dando cada uno una versión de los hechos y focalizando la atención en 'sus' víctimas y 'sus' verdugos. Incluso el ataque a los tópicos de los otros es una reafirmación tópica de los tópicos propios. El presidente francés Nicholas Sarkozy o el presidente chadiano Idriss Déby han utilizado esta crisis de los niños chadianos para su política interna reforzando los hilos del nacionalismo de sus países respectivos.

Si hemos utilizado este ejemplo de la crisis del Chad ha sido para mostrar que no es unívoco el proceso de utilización de los tópicos sino que puede alimentarse mutuamente en redes de comunicación diferentes aunque interconectadas (en este caso las occidentales y las del continente africano y el mundo árabomusulmán).

Tvetan Todorov explicitó la construcción de este 'nosotros' que, una vez afirmado como realidad, no necesita expresarse continuamente sino que se manifiesta en su fronteras con el 'ellos': denunciando las actitudes incivilizadas de los otros, su salvajismo y su situación fuera de la humanidad. Las noticias afirman y confirman continuamente esta situación entre la 'normalidad' (nosotros) y la 'anormalidad monstruosa' (ellos).

Incluso en el caso de que las víctimas sean 'ellos', su identidad queda difusa o sospechosa: en el caso de los niños que iban a ser robados en Chad, sabíamos los nombres de los occidentales implicados mientras se hablaba de 'padres' y aun peor 'supuestos padres' en el caso de los no occidentales.

En el caso de los occidentales detenidos en países no occidentales por delitos que van desde el tráfico de drogas a la vinculación terrorista, conocemos los nombres de los detenidos e, inmediatamente, la noticia se centra en las pésimas condiciones carcelarias en que se encuentran o en la falta de garantías jurídicas.

El 'nosotros' es una construcción arquetípica que se evidencia en estos lugares comunes, que van sumando, como dice el profesor Teum Van Dijk, un discurso positivo sobre el 'nosotros' y un discurso negativo sobre el 'ellos'. Las noticias son, simplemente, un apunte de un cuadro general que imaginamos a través de los retazos pictóricos que el comunicador nos narra.

## La generalización

El principal problema que deben tratar los libros de estilo de las televisiones tanto como el de los medios impresos, es el abuso de las generalizaciones que

van asociadas a indeterminados (personas o grupos). Se pasa con una facilidad impresionante de un problema con un abogado al comportamiento de los abogados, los médicos, los políticos u otro colectivo profesional. De la misma manera, se actua con un colectivo étnico donde se pasa fácilmente del comportamiento delictivo de un o varios albano-kosovares, peruanos, colombianos... a la conformación mucho más amenazante de la «mafia» albano-kosovar, peruana o colombiana que implica a toda la comunidad que responde a este origen.

Los indeterminados se transforman en un plural perverso que afecta al colectivo. No es lo mismo señalar 'La ong arca de zoé roba niños' que 'Una ong europea roba niños'; no es lo mismo «El doctor D. Comete un error con un paciente» que «Un doctor comete un error con un paciente» o, peor, «Un doctor de la seguridad social comete un error». No es lo mismo «*Le Figaro* habla mal del gobierno español» que «Los periódicos franceses critican a España». La consecuencia de estas frases es un plural implícito: Las *oenegés* roban niños, los doctores cometen errores o los periódicos franceses están unidos en una campaña contra España.

La generalización puede trasladar la acción de una persona a un colectivo, de un profesional a una institución, de un miembro de un grupo político o religioso al conjunto de los militantes o creyentes del grupo. En el caso de las noticias extra europeas, la facilidad de la generalización se suma a la dificultad en personalizar constantemente los auténticos protagonistas de las noticias y los peligros de apuntalar los tópicos occidentales sobre los otros aumentan.

## La xenofobia y la xenofilia

En los medios de comunicación, se intenta compensar este exceso de negativismo sobre ciertas personas y colectivos con una dosis de buena voluntad y un mucho de ingenuidad. El resultado, desgraciadamente, es perverso. Por ejemplo, es un caso de xenofobia, disfrazado de simpática xenofilia afirmar que «Joaquín Cortes tiene raza» o que «Lleva en la sangre el gusto por la danza» lo que alude directamente al grupo étnico de origen, el gitano, sin necesidad de nombrarlo.

La xenofilia puede llevarnos a generalizaciones positivas sobre colectivos sociales o étnicos que son igualmente e ingenuamente racistas. «Se destacó su puntualidad inglesa», «uno de sus rasgos era su eficacia alemana», «los niños tenían la ingenuidad africana en sus ojos»... Todos ellos aluden, como la punta de un iceberg, a arquetipos más complejos y formados que se encuentran en la mente del receptor y conforman fronteras xenófobas entre personas y colectivos.

Todos los calificativos «aparentemente positivos» utilizados por los comunicadores xenófilos tienen un lado perverso que es utilizado por los xenófobos. Si la prensa señala el carácter alegre de los andaluces es porque 'no trabajan en exceso'; si se destaca el carácter ahorrados de los catalanes es porque son 'avaros'; si se destaca la ingenuidad de los africanos es porque son de 'limitada inteligencia'...

Los programas de turismo y viajes son los que más acumulan generalidades sobre los 'otros', los demás, conformando tópicos sobre un país y arquetipos étnico / culturales de sus habitantes. Los libros de viaje caen en su mayoría en los tópicos más absurdos para promover la visita a un paraíso supuesto. Los generales se refieren a la simpatía 'natural' de los habitantes –siempre tratados, incluso cuando se trata de países occidentales– desde una perspectiva del 'salvaje feliz' y la cálida acogida que dispensan siempre aderezada de anécdotas que inciden en características etnológicas particulares.

Pero también, y esto es muy significativo, los libros de viajes, los reportajes turísticos y los documentales de turismo cultural, también acumulan tópicos sobre lo propio, 'el nosotros'. Se fomenta la idea de un turista que busca calidad y comodidad porque es civilizado y, por tanto, se acentúa la incivilidad tratada como exotismo simpático de las otras sociedades. El periodista Ryszard Kapuscinski señaló estos peligros y sus libros son la mejor guía para evitar las trampas del etnocentrismo.

## Conclusiones

Los libros de estilo deben realizar un estudio sin prejuicios sobre los lugares comunes, 'topoi', que los comunicadores utilizan. Estos lugares comunes, aunque ahorren información y faciliten la inteligibilidad de los textos, pueden provocar ruido y perversiones en la comunicación. Aunque es muy difícil realizar una lista, y menos exhaustiva, de estos 'lugares comunes, la ejemplificación es necesaria para que el comunicador construya su propia lista de tópicos a evitar.

La perversión más peligrosa es la utilización de generalizaciones sobre grupos y colectivos por razones sociales, culturales o étnicas. Estas generalizaciones sobre grupos étnicos pueden ser negativas provocando la xenofobia y la exclusión de estos grupos o pueden ser aparentemente positivas –sin dejar de ser generalizaciones–, provocando la xenofilia pero no la inclusión de estos colectivos. Es más peligrosa, por que es más difícil de detectar y de atacar, la aparente e inconsciente simpatía que otorga características positivas a grupos y colectivos sin ninguna base científica.

El comunicador debe comprender que estos tópicos responden a arquetipos construidos previamente, que son la punta del iceberg de sistemas complejos por los que las personas grupos y colectivos –profesionales, sociales, culturales, étnicos– son excluidos finalmente o, incluso, uno de los pasos previos para ejercer violencia contra ellos (de tipo legal o policial).

Estos tópicos no son privativos de una red de comunicaciones, aunque los estudios más avanzados se hayan hecho sobre los tópicos y arquetipos del occidental sobre los 'otros'. También se ha construido y funciona, a través de las nuevas redes de comunicaciones, una galaxia nueva de tópicos sobre el arquetipo del occidental que se está construyendo fuera de Europa.

## Bibliografía


Benhabib, S. (2006): Las reivindicaciones de la cultura, Buenos Aires: Katz.

Buruma, I.; y A. MARGALIT (2004): *Occidentalism: the West in the Eyes of its Enemies*, trad. esp. *Occidentalismo. Breve historia del sentimiento antioccidental*, Madrid: Península, 2005.

Cohn, N. (1980): *Los demonios familiares de Europa*, Madrid: Alianza

Ellner, G. (2006): *La société des victimes*, París: La Découverte.

Kapuscinski, R. (2007): *Viajes con Heródoto*, Barcelona: Anagrama.

Perceval, J. M.ª (2007): «Víctimas y verdugos. Realidad y construcción de la víctima y el victimismo», en *Processos de Pau*, XXII edició de la Universitat Internacional de la Pau, Barcelona.

Perceval, J. M.ª (1995): *Nacionalismo, Racismo y Xenofobia en la Comunicación*, Barcelona: Paidós.

Perceval, J. M.ª (2007): «Entre el humor y el furor. Sátira y visión de occidente en los medios de comunicación del mundo árabo-musulmán», en especial *Quaderns del CAC*, 27 (gener-abril 2007) «Imatge i dret a la burla», Barcelona.

Said, E. (1978): *Orientalismo*, ed. esp. Madrid: Debate, Madrid, 2002.

Said, E. (2005): *Cubriendo el Islam. Cómo los medios de comunicación y los expertos determinan nuestra visión del resto del mundo*, Barcelona: Debate.

Todorov, T. (1989): *Nous et les autres*, París: Seuil.

Van Dijk, T. (1999): «Opiniones e ideologías en la prensa», *Revista de Ciències de la Informació* 9 (Número monográfico: *Teoría y análisis de los discursos periodísticos*), pp.15-42.

Santiago Alcoba (coord.), Ramón Sarmiento, José Manuel Pérez Tornero *et al.*; ed. Margarita Freixas, María J. Machuca y José María Perceval, Barcelona, 2009. Publicación electrónica en http://mediamentor.org/es/publications
ISBN: 978 - 84 - 692 - 3369 - 6

# LIBROS DE ESTILO E INTERNET

Santiago Tejedor Calvo
*Universitat Autònoma de Barcelona*

«El estilo es el hombre mismo»
Georges-Louis Leclerc, Conde de Bufón
*Discurso sobre el estilo*

## Libros de estilo e Internet

La red de redes ha planteado importantes retos y complejos interrogantes en el escenario comunicativo: Establecer las nuevas competencias del profesional de la información *on-line*, determinar las directrices de la producción de mensajes ciberperiodísticos, conferir una idiosincrasia o «personalidad» propia a unos medios nacidos «desde» y «para» la Red, esclarecer enrevesados problemas legales, y, entre otros muchos retos, fijar las pautas y las directrices de una «escritura» multimedia (para algunos, una «ciberescritura») dotada de textos, fotografías, vídeos, sonidos y de una constante y cada vez mayor participación de los usuarios en la conformación del mensaje final.

En este contexto, los libros de estilo se presentan como una herramienta de gran validez y provecho[1]. Concebidos como manuales con indicaciones,

[1] En el Congreso Nacional de Periodismo Digital de Huesca celebrado en enero de 2005, Santiago Tejedor planteaba la necesidad de trabajar en la investigación, primero, y en el desarrollo, después, de libros de estilo para internet. Bajo el título de «Los libros de estilo en los diarios electrónicos: En busca de una normativa o identidad digital», el autor concluía que los cibermedios no habían percibido todavía la importancia de este tipo de guías o manuales. «El concepto de "normativa" alude a un 'conjunto de normas aplicables a una determinada materia o actividad'. En el

consejos y advertencias para llevar a cabo un eficaz uso del lenguaje informativo, estas «herramientas» adquieren un sentido mayor en la comunicación *on-line*[2]. La convergencia de atributos informativos de diferentes medios de comunicación (como la radio, la prensa en soporte papel y la televisión) en la Red, subraya la pertinencia de construir manuales que orienten y guíen a los ciberperiodistas en su quehacer profesional.

Mar de Fontcuberta define el libro de estilo como «un conjunto de normas lingüísticas y estilísticas de las que se dota un medio para producir mensajes más coherentes, más eficaces y más correctos» (Fontcuberta, 1995: 108). Por su parte, Antonio López de Zuazo los concibe como «un conjunto de normas que tienen los redactores de una publicación, agencia o emisora para unificar los criterios ortográficos y de presentación de los originales» (López de Zuazo, 1977: 82). Por otro lado, Josep María Casasús y Xavier Roig destacan que «el libro de estilo responde a la necesidad que se ha registrado en la prensa moderna de disponer de un manual de instrucciones precisas que hagan posible un uso eficaz del lenguaje informativo» (Casasus; Roig, 1981: 127).

caso del periodismo electrónico, se plantea la necesidad –entendiendo que nos referimos todavía a un campo sumido en su etapa "incunable"– de elaborar un conjunto de directrices de carácter multidisciplinar que, por un lado, posibiliten el acercamiento de los periodistas más analógicos a la redacción ciberperiodística y que, permitan, por otro lado, ofrecer a los usuarios (en su rol de lectoacutores) acceder a una información clara, rápida y funcional. [...] La creación de un libro de estilo para los diarios electrónicos, entendido como un conjunto de normas o consejos de redacción, edición y diseño, pueden contribuir ampliamente a introducir un poco de orden y claridad en las redacciones de los periódicos digitales. Y, si bien cada medio deberá "personalizar" su libro de estilo en función de sus características, existen una serie de aspectos compartidos que pueden ayudar en el –incipiente y arduo– proceso de consolidar las bases de una redacción ciberperiodística tan atractiva como eficaz», apunta Tejedor.

[2] Como señala Ramón Salaverría, profesor de la Universidad de Navarra y autor de diferentes monografías y manuales sobre periodismo *on-line*: «El ciberperiodismo no obliga a hacer borrón y cuenta nueva en la redacción periodística. De hecho, el estilo periodístico clásico, basado en los tres criterios esenciales de precisión, concisión y claridad, se ajusta como un guante a las exigencias de comunicación rápida y clara de la Red. El hábito de la titulación sintética y denotativa propio de la redacción para medios impresos, también resulta de gran utilidad. Incluso formatos discursivos tan veteranos como el *lead* de sumario y la pirámide invertida también tienen cabida en los cibermedios. La redacción periodística clásica, en definitiva, sirve en internet. Ahora bien: sirve, pero no basta. [...] El ciberespacio plantea exigencias comunicativas que no encuentran respuesta en las normas tradicionales de la redacción de la redacción periodística. Ningún manual clásico de redacción explica cómo estructura un artículo de manera hipertextual, cómo combinar eficazmente texto, imagen y sonido en una pieza multimedia; o cómo mantener por escrito un diálogo público y simultáneo con los lectores. [...] Es preciso, por tanto, alumbrar y difundir nuevas pautas prácticas que los periodistas puedan aplicar en su reto cotidiano de escribir para los cibermedios» (Salaverría, 2005: 40).

En resumen, y a partir de las definiciones señaladas, es posible destacar dos grandes dimensiones dentro de un libro de estilo. Por un lado, el aspecto relativo a las normas lingüísticas y, por otro, el relativo a las particularidades del trabajo periodístico (esto, es el conjunto de situaciones que debe de afrontar el profesional de la comunicación en su desempeño cotidiano: tratamiento de fuentes, cuestiones deontológicas, etc.). (Fontcuberta: 1995, 108-109). En conclusión, estas dos grandes dimensiones se mantienen vigentes al hablar de la comunicación en Internet. Las normas lingüísticas, por un lado; y las particularidades de un trabajo periodístico que se desarrollada «desde» y «para» la Red, por otro. A todo ello se une la complejidad de transmitir mensajes informativos de naturaleza multimedia (textos, sonidos, imágenes, etc.) a través de la pantalla de un ordenador y en un escenario en el que la participación de los usuarios es variada y, cada vez, más creciente.

## Las competencias del comunicador *on-line*

El profesional de la comunicación *on-line* debe presentar un conjunto de habilidades y destrezas que le permitan desenvolverse con solvencia por la red de redes en el desempeño de su profesión. Ante todo, la formación del futuro profesional del periodismo *on-line* no ha de limitarse a la instrucción en el manejo técnico de herramientas de software u otros instrumentos de naturaleza instrumental. Éste ha de ser capaz de dominar una serie de tareas que engloban: el acceso, el manejo, la integración, la creación y la evaluación de los mensajes informativos *on-line*[3]. A partir de la consulta a un grupo de docentes, investigadores y periodistas especializados en el ámbito del ciberperiodismo se estableció una definición del ciberperiodista que puede sintetizarse en los puntos que aglutina la siguiente tabla:

| El ciberperiodista es un profesional de la información periodística que: |
|---|
| Trabaja en los cibermedios. |
| Conoce las características de la cultura-red. |
| Produce información (especialmente, en tiempo real). |
| Utiliza los recursos informativos existentes en las redes telemáticas. |
| Conoce y utiliza herramientas técnicas en la producción de mensajes informativos. |

[3] Véase Tejedor (2006).

| |
|---|
| Elabora mensajes adaptados a las características y posibilidades del medio *on-line*. |
| Gestiona grandes cantidades de información. |
| Posee capacidad creativa y de innovación. |
| Conoce como interactuar con otros periodistas, usuarios, fuentes, etc. a través de las redes telemáticas. |

Fuente: Tejedor: 2007.

En conclusión, el periodista *on-line* debe volver aprender cinco grandes competencias que el escenario *on-line* modifica en su sentido tradicional (o analógico). Resulta crucial detallar estas cualidades en la medida que establecen los fundamentos básicos de un hipotético Libro de estilo para Internet. Se trata de aprender a:

-Leer: Los ciberperiodistas deben conocer las diferentes formas de consulta de los usuarios al acceder a un sitio web. Muchos internautas, en un primer contacto con un cibermedio, no «leen» sino que «hojean» los contenidos presentados. Este aspecto influye decisivamente en la concepción y presentación de los mensajes ciberperiodísticos.

-Escuchar: Los ciberperiodistas deben aprender relacionarse con unos internautas que poseen un gran protagonismo en la Red. Han de escuchar a su público, aprender de él, aprovechar sus aportes, etc.

-Gestionar: El cibeperiodista debe ser capaz de manejarse con solvencia entre ingentes cantidades de información aplicando criterios que les permitan valorar la calidad de los diferentes recursos y, por ende, seleccionar los idóneos.

-Escribir: El ciberperiodista debe ser capaz de elaborar mensajes con textos, sonidos y palabras aplicando las pautas propias de la lectura en pantalla. Se trata, en definitiva, desarrollar una redacción ciberperiodística adaptada a las posibilidades y oportunidades del medio.

-Inventar: El ciberperiodista debe ser capaz de crear nuevos productos informativos superando los heredados de los soportes analógicos. En este sentido, se plantea la necesidad de pasar de un periodista que sólo «crea» contenidos a un periodista que, además de «crear», los «busca», «consulta», «evalúa», «selecciona», «jerarquiza» y «aglutina» en nuevo y diferente producto informativo. Nace así el «periodismo mashup». (Tejedor: 2008: 5)

## Redacción ciberperiodística: Una 'escritura' de palabras, sonidos e imágenes

En el ordenador confluyen las convenciones narrativas de la televisión, la radio, el periódico... De esta forma, el usuario puede mediante su computadora acceder a documentos de diferente naturaleza que se estructuran o encadenan definiendo un recorrido en el cual el internauta puede, gracias al uso de los vínculos o hiperenlaces, avanzar y retroceder sin ningún tipo de impedimento[4].

Asistimos a una confluencia de soportes en un solo aparato, convertido, sin duda, en el centro neurálgico de la Sociedad del Conocimiento. A ello, se une la consolidación de Internet, como nuevo medio de comunicación, dotado de una serie características exclusivas que lo diferencian del resto de medios (prensa, televisión, radio, etc.). En este sentido, quienes utilicen la Red para comunicarse deberán conocer los mecanismos, recursos o estrategias que garantizan la correcta transmisión y recepción de los mensajes a través de este medio. Para ello, el conocimiento, dominio y correcto uso de este lenguaje es un aspecto clave para evitar la presencia de «ruidos» o interferencias en la transmisión de los mensajes por la Red. Existe una relación inversamente proporcional entre la posibilidad de producir contenidos y la disponibilidad, en tiempo, de los usuarios de las nuevas tecnologías de la comunicación. Este aspecto es, junto a otros condicionantes, un claro ejemplo de la necesidad de elaborar y definir las pautas de una redacción periodística que se adapte a la Red y que deberá basarse en la sencillez, la precisión y la simplicidad[5].

Las estrategias discursivas y, en definitiva, los procesos de producción de contenidos propios de la «antigua lógica del códice» quedan obsoletos y resul-

[4] «El ordenador aúna el mosaico espacial de la página del periódico, el mosaico temporal de las películas y el mosaico participativo del mando a distancia de la televisión. Además de combinar esta confusa multiplicidad de mosaicos, el ordenador nos ofrece nuevas formas de enfrentarnos a lo fragmentario. [...] Guarda la historia de nuestro recorrido a través de una red para que podamos volver atrás. [...] Nos ofrece un calidoscopio multidimensional con el que podemos reorganizar los fragmentos una y otra vez, y nos permite cambiar alternativamente de formas de organización-mosaico» (Murray: 1999).

[5] «El economista Michael Goldhaber postula que en la era de la creación y transmisión digital de los canales y los contenidos que los llenan el recurso escaso es nuestra atención. El contenido es multiplicable hasta el infinito, mientras que la atención es indivisible, y el tiempo de que disponemos es el auténtico recurso escaso. Esta escasez es la que crea una 'nueva economía natural de la red', que Goldhaber llama 'economía de la atención' [...] en la sociedad de la información la atención no sólo es escasa, sino valiosa en términos que se pueden contabilizar» (Candeira: 2001).

tan ineficaces dentro del nuevo panorama comunicativo[6]. La oferta de unos contenidos de calidad constituye uno de los principales retos a alcanzar por el periodismo digital. En este sentido, los periodistas deben ser capaces de ofrecer productos diferentes –especialmente, en su forma– a los que presenta la prensa en soporte papel. Para ello, es fundamental conocer y aplicar todas las posibilidades comunicativas que ofrece la Red y aplicarlas según unos criterios coherentes que se adapten a las características del medio *on-line* y que ofrezcan productos claros y precisos desde el punto de vista del estilo periodístico. La consecución de esta meta exige el desarrollo de una redacción periodística diferente a la que se aplica en el soporte papel. Así como existen manuales de redacción para la prensa, la televisión o la radio, se plantea la necesidad de generar este tipo de instrumentos –de gran utilidad para los periodistas– para el caso de los medios *on-line*. El establecimiento de un lenguaje adaptado al medio digital y de unos libros de estilo que lo sistematicen es el primer paso para conseguir alcanzar este reto[7].

A pesar de las múltiples posibilidades que introduce la Red en el terreno informativo –algunas de ellas, como la interactividad, inexistentes hasta la fecha–, la mayoría de periódicos digitales no ha conseguido aplicarlas con éxito. La falta de unos parámetros o normas de redacción adaptados al medio *on-line* ha contribuido a que se llegue a esta situación. En la mayoría de casos, los mensajes difundidos a través de los periódicos electrónicos se caracterizan por seguir pautas de escritura y diseño de contenidos propios de la prensa en soporte papel. En ocasiones, incluso, los contenidos elaborados para la edición impresa de algunos diarios se publican, sin ningún tipo de adaptación o cambio, en las ediciones digitales de estos medios. Al mismo tiempo, si bien el periodismo *on-line* –que básicamente se difunde a través de las pantallas de los

[6] «Este [el libro electrónico] no puede ser la simple sustitución de un soporte por otro en obras que seguirían estando concebidas y escritas en la antigua lógica del códice. Si la 'forma tiene efecto sobre el sentido', como escribió D. F. McKenzie, los libros electrónicos organizan de una manera nueva la relación entre la demostración y las fuentes, la organización de la argumentación y los criterios de la prueba», cita procedente de Chartier (2001).

[7] «Y si es cierto que todos coinciden al afirmar que una de las claves del futuro de la prensa digital está en los contenidos y en hacer compatible la rapidez de este soporte electrónico con la fiabilidad del papel tradicional, también han destacado en distintas reuniones académicas la importancia de llegar a determinar las características del lenguaje adecuado –un nuevo lenguaje– para la transmisión de información a través de la red, que ve crecer el número de usuarios cada año [...]. El nuevo lenguaje, que todavía no está definido ni consolidado, es uno de los grandes retos del periodismo del siglo XXI. Debe incluir texto, audio, vídeo, contar con las posibilidades interactivas de Internet y facilitar la actualización constante de las noticias de una manera atractiva para el público. Pero lo cierto es que todavía no existe como tal, y que se darán muchos pasos intermedios antes de que lleguemos a verlo hecho realidad», Edo (2001: 93).

ordenadores– debía primar los contenidos visuales en detrimento de la información textual, el proceso se ha producido a la inversa. El texto sigue poseyendo una gran presencia en el ciberperiodismo[8].

En conclusión, uno de los grandes retos del periodismo *on-line* –y quizás uno de los más complejos y necesarios– es el de desarrollar una redacción ciberperiodística adaptada a Internet. Para lograrlo, es necesario experimentar con las posibilidades informativas del nuevo soporte hasta conseguir aplicarlas con éxito. Del mismo modo, otro de los objetivos es el de lograr que los periodistas digitales comprendan que el medio *on-line* es un medio diferente y que, como tal, requiere de un planteamiento distinto. Se trata, sin duda, de un proceso lento. Utilizar como referencia el medio impreso constituye un buen punto de partida. Sin embargo, la reproducción de esquemas propios de la prensa en papel sólo es justificable si se realiza como referencia o inicio, y si se aplica de manera transitoria. El objetivo es alcanzar un estadio en el que los productos periodísticos *on-line* asuman una identidad propia. Los libros de estilo habrán de contribuir a la consecución de este hito. Los futuros profesionales de la información deberán dominar las directrices de una escritura de palabras, imágenes y sonidos[9].

[8] «La comunicación muestra la vigencia del periodismo escrito en un ámbito multimedia digital. En esta primera etapa, sin embargo, no está adaptándose el ejercicio del periodismo al sistema alfanumérico que caracteriza las comunicaciones digitales. Continuamos, a diferencia de otras actividades profesionales *on-line*, con un sistema alfabético que está definiendo y determinando en estos momentos la producción periodística en la red y, curiosamente, revalorizando la palabra frente al dominio audiovisual de otros medios de comunicación», Pinto Lobo (2001: 135).

[9] Para David Sancha, la posibilidad que introduce el hipertexto de estructurar las informaciones en diferentes capas de profundidad informativa es muy importante para los medios digitales. «Los redactores han de ser qué significa este tipo de estructura y cómo aplicarla. Tiene que saber que una noticia a partir de su título, lead y párrafos puede tener posibilidades de ampliación mediante materiales vinculados con el diario, foros, encuestas, etc. [...]. El conocimiento del valor hipertextual de la información es una de las principales carencias que presentan los periodistas recién licenciados. Llegan con un nivel aceptable de redacción para prensa, radio o televisión, pero todos los matices hipertextuales que incorpora el medio *on-line*, los licenciados no los poseen», adara Sancha (entrevista de diciembrede 2005). Txema Alegre destaca que en la Red hay que escribir de manera «distinta». «Hay una razón de coordenadas. Se escribe para un medio que tiene un alcance geográfico. No sabes en qué punta del mundo y a qué hora te van a consultar. Por ello, exige un gran sentido de la contextualización, especialmente al aplicar una actualización permanente. [...] El diario electrónico se basa en el hipertexto y además se consulta a través de una pantalla que cansa la vista. Por ello, hay que facilitar que el lector entre en la información a través de un titular. El lead se mantiene y se debería hacer un último párrafo de contextualización del hecho en cuestión. [...] Muchos periodistas estamos bloqueados en la pirámide invertida, que está muy bien y que ha hecho periodismo durante 60 años. Pero cuando sucede algo importante nos vamos a muchas páginas. En el medio *on-line*, la estructura hipertextual es la que impera» (entrevista de noviembre de 2005). Pepe Cervera considera que «una materia sobre cómo escribir para la Red es sumamente interesante. El problema es que es muy complicada ponerla en práctica» (entrevista de diciembre de 2005).

## Libro de estilo: En busca de un mayor prestigio y credibilidad

La credibilidad de Internet y, por ende, la del conjunto de los medios *on-line*, sigue muy alejada de la que poseen otros medios más tradicionales como la radio, la televisión o la prensa. Los cibermedios no han sido capaces, por el momento, de constituirse como medios de referencia informativa. Incluso, en muchos casos se les ha tildado de medios más preocupados por la rapidez que por la calidad, de ser poco transparentes y, en el peor de los casos, de promover el ruido y la confusión...

Una de las principales críticas que recibe la información *on-line* es la falta de una labor de contraste y verificación que garantice unos productos referenciados y fiables. En la mayoría de los casos, esto no es así. Por ello, es necesario lograr que los cibermedios se presenten a los usuarios como productos de calidad resultantes de un proceso de producción dotado de una serie de mecanismos que garanticen su veracidad. La tradición de los medios ya consolidados puede contribuir en esta labor[10]. Sin embargo, el periodismo *on-line* ha de ser capaz de consolidarse, por sí mismo, como referencia informativa de calidad y prestigio. No debemos olvidar que existen empresas informativas en el medio *on-line* que ofrecen productos concebidos directamente para el medio digital y que carecen de unos referentes en papel. Los libros de estilo, concebido como herramientas capaces de dotar a los medios *on-line* de una idiosincrasia o identidad, han de jugar un papel destacado en la consecución de un mayor prestigio y credibilidad para los cibermedios.

La posibilidad de publicar contenidos en Internet de manera rápida y sencilla ha permitido que cualquier ciudadano pueda convertirse en emisor. El fenómeno de los weblogs es un claro ejemplo. Este aspecto genera algunos recelos entre quienes afirman que en muchos casos los internautas desconocen hasta que punto las informaciones que consultan en la Red son o no fiables. No saben quién o quiénes están detrás de ellas y tampoco si en el proceso de elaboración de esos mensajes se ha seguido y aplicado los criterios y las directrices propias del periodismo.

Las noticias de última hora, que adquieren un protagonismo renovado en el medio *on-line*, han abierto un debate en torno a los conceptos de celeridad y calidad en el desempeño del ejercicio periodístico. La capacidad del ciberperiodismo para informar de manera inmediata sobre la actualidad se ha conver-

[10] «Si la credibilidad la otorgan a los periódicos impresos también las marcas. Aquí radica el poder del periodismo escrito y debe, en estos momentos, aprovechar su prestigio para preservar y extender el reconocimiento de la marca al entorno multimedia», Pinto Lobo (2001: 140).

tido en una de sus características más explotadas. Frente a ello, algunos expertos consideran que la publicación *on-line* de contenidos informativos puede conllevar una pérdida de la calidad de los mensajes periodísticos. Según ellos, existen una serie de labores propias del periodista –contraste de datos, verificación de datos, etc.– de las que no es posible prescindir[11].

En el marco del IV Congreso Nacional de Periodismo digital de Huesca, los investigadores Mercedes del Hoyo y José Alonso Seco, de la Universidad Carlos III de Madrid presentaron los resultados de un estudio sobre, entre otros aspectos, la concepción que los estudiantes de Periodismo poseían del ciberperiodismo. El estudio, que se basó en los alumnos de la primera promoción de Periodismo (año 2004) que había cursado los estudios completos de esta licenciatura en la Universidad Carlos III. Según esta investigación, «la cuarta parte de los estudiantes del último curso de Periodismo de la Carlos III cuestionarían el rigor de la información que reciben a través de los medios digitales, y un tercio de ellos sigue sin confiar en ella» (Alonso Seco-Del Hoyo Hurtado, 2005).

En conclusión, queda patente la urgencia de dotar de prestigio y credibilidad a los medios de comunicación *on-line* y, por ende, a los mensajes que éstos difunden. Este logro contribuirá directamente a aumentar el interés de los usuarios por los contenidos de los cibermedios y, al mismo tiempo, a encontrar una solución a problemas tales como la definición de un modelo de negocio rentable. Los libros de estilo, presentes en los medios de mayor trayectoria (como la prensa o la televisión, y en menor medida la radio) contribuirían a conferir un mayor prestigio y credibilidad a la labor de los profesionales de la comunicación *on-line* y, por extensión, a los mensajes por éstos elaborados.

## Apartados de un libro de estilo para Internet

El diseño de la estructura de un libro de estilo para Internet plantea la necesidad de reflexionar sobre cuáles son los ámbitos nuevos que introduce la Red en

[11] «Las noticias de los diarios digitales no son muy diferentes de las que aparecen, previa o posteriormente, en la edición de papel. Los textos electrónicos son por lo general una copia de los de papel, con algún elemento complementario, como, por ejemplo, gráficos. Las diferencias entre ambas ediciones, no obstante, se acrecientan cuando hablamos de las noticias de última hora. En este caso, la edición electrónica reproduce las noticias de agencia sin ampliar el texto. La rapidez y la falta de comprobación de la información son la principal causa de las diferencias. Los diarios (en medio electrónico o de papel) requieren un proceso y, consecuentemente, un mínimo período de tiempo. En el presente la prensa no puede competir con la televisión, la radio ni con Internet en el campo de la rapidez, excepto en algunas situaciones específicas. Su objeto debe seguir siendo la calidad de la información». (De Ramón *et al.*: 2001)

el trabajo del ciberperiodista e, igualmente, cuáles son los aspectos del periodismo tradicional (esto es, de los medios analógicos) que poseen vigencia y, por ende, se mantienen en el día a día del profesional del periodismo *on-line*.

En este sentido, y según una encuesta desarrollada a ciberperiodistas y directivos de medios digitales de Iberoamérica[12], existe consenso a la hora de identificar las líneas o ámbitos que debería recoger un libro de estilo de Internet. Los profesionales del periodismo *on-line* coinciden en señalar dos grandes apartados:

a) Cuestiones formales: Internet exige respetar y aplicar una serie de parámetros y directrices formales ligadas a la elaboración de los mensajes informativos destinados a ser difundidos y consultados a través de la pantalla de un ordenador. Se trata de cuestiones que afectan a la forma (diseño) de los contenidos desde una perspectiva general.

b) Cuestiones del ejercicio profesional: Las particularidades vinculadas con el desempeño cotidiano del ciberperiodismo ameritan de consejos y recomendaciones relativas a las funciones y tareas que el periodista *on-line* aplica en su día a día. Se trata de cuestiones ligadas a la búsqueda, la verificación y el contraste de fuentes; aspectos deontológicos, rutinas de producción de contenidos, etc.

Los libros de estilo para Internet deben ser concebidos como herramientas capaces de conferir cohesión y unidad a los contenidos publicados por un cibermedio. Del mismo modo, tiene que otorgar al medio una idiosincrasia o identidad que será de utilidad tanto a nivel comunicativo (eficiencia de los mensajes difundidos) como desde el punto de vista del prestigio y credibilidad que el propio cibermedio poseerá entre los usuarios. Estos aspectos (necesidad de otorgar cohesión, por un lado; y la importancia de dotar al medio de una «personalidad», por otro) aparecen ya como puntos de referencia de los libros de

[12] En el marco del programa de Doctorado de Periodismo y Ciencias de la Comunicación impulsado por el Departamento de Periodismo de la Universidad Autónoma, se ha puesto en marcha un proyecto de investigación que persigue establecer las bases de un «Libro de estilo de Internet para periodistas de América Latina» y proceder a su posterior desarrollo. En el marco del proyecto se ha encuestado a responsables de medios digitales y ciberperiodistas de España, República Dominicana, México, Colombia, Perú, Argentina, Brasil, Portugal, Chile y Panamá, entre otros. Bajo la dirección de Santiago Tejedor, el proyecto cuenta con la participación de Ainara Larrondo (Universidad del País Vasco), Iban Campo (Fundación Global Democracia y Desarrollo de República Dominicana), Fernando Esquivel (Universidad Autónoma de Nuevo León, México), y Stefany Hernández Requena (Instituto Tecnológico de Las Américas, República Dominicana) como asesores. El equipo de investigadores lo conforman Santiago Giraldo, María Forga, Laia Montoliu, Juan Guillermo Gaviria, João Paulo Rodrigues dos Santos y Xavier Ortuño.

estilo tradicionales. No obstante, en el escenario *on-line* adquieren una importancia mayor. Tal y como señala Juan Luis Cebrián en el Prólogo a la segunda edición del Libro de estilo de *El País*, «un libro de estilo no es una gramática ni un diccionario al uso. Es simplemente el código interno de una Redacción de cualquier medio informativo, que trata de unificar sistemas y formas expresivas con el fin de dar personalidad al propio medio y facilitar la tarea del lector en el caso de los periódicos»[13]. Por su parte, las «Normas Básicas para los Servicios Informativos» de la Agencia Efe, señalan como objetivo «lograr unos servicios informativos más completos, precisos y homogéneos», así como «unificar sus propios criterios y ofrecer unas pautas periodísticas que conduzcan hacia un horizonte de independencia en el que se sustenta la credibilidad»[14].

Teniendo presente el carácter multimedia de los mensajes del campo del ciberperiodismo y considerando el modo de recepción de los mismos –básicamente, la lectura a través de una pantalla– se pueden establecer una serie de normas o recomendaciones correspondientes a diferentes aspectos: usabilidad, tiempos de descarga, legibilidad, funcionalidad, uso del color, funciones de las imágenes, estructura y sintaxis de los contenidos, jerarquización de la información, redacción de vínculos, características de los elementos de titulación, etc.

En este sentido, y a partir de la consulta a periodistas en activo de diferentes cibermedios de América Latina mencionada anteriormente, se podrían señalar varios grandes apartados en un hipotético libro de estilo para Internet. Se trataría, en definitiva, de los grandes bloques temáticos que conformarían la estructura de contenidos de un manual que cumpliera las funciones indicadas a lo largo del presente artículo[15]:

-Comunicación *on-line*: Reflexiones sobre las características definitorias de la comunicación *on-line*, abarcando el tipo de medios, mensajes y herramientas de uso comunicativo que engloba la red de redes.

-Información a través de una pantalla: Recomendaciones y consejos prácticos relativos a la composición de mensajes informativos que serán emitidos y consultados a través de un pantalla. En este sentido, se deben trabajar aspectos relativos al uso del color, los blancos, la tipografía, la alineación de textos, etc. Del mismo modo, es importante que un libro de estilo para Internet reflexione

[13] AA. VV. *Libro de estilo de «El País»* (1990).

[14] AGENCIA EFE (1988), «Normas Básicas para los Servicios Informativos».

[15] La siguiente propuesta deriva la consulta realizada a periodistas y directivos de diferentes cibermedios de Iberoamérica. No obstante, se trata tan solo de un propuesta que, evidentemente, podría verse amplia y enriquecida.

en torno al concepto, tipología y normas de creación de contenidos multimedia eficaces y elocuentes desde el punto de vista periodístico.

-Fuentes de información *on-line*: La abundante información que existe en la red exige de un arduo trabajo por parte del ciberperiodista para diferenciar entre la información de calidad y la poco elaborada o fiable. Con relación a ello, resulta crucial que un libro de estilo de Internet recoja información relativa a los tipos de fuentes que inaugura la Red y, al mismo tiempo, que incluya recomendaciones para la selección, validación y verificación de fuentes *on-line*. Un libro de estilo para Internet debe ofrecer a los ciberperiodistas las herramientas necesarias para convertirse en «cartógrafo» o filtros de información de la red.

-Géneros ciberperiodísticos: Conocer las novedades que Internet introduce en los géneros periodísticos tradicionales (la noticia, el reportaje, la crónica, la entrevista, etc.) constituye un factor decisivo para que los periodistas *on-line* puedan elaborar información adaptadas a las posibilidades de la Red. Un libro de estilo para Internet debería establecer las características definitorias de unos y otros géneros y, al mismo tiempo, ofrecer consejos útiles para su elaboración.

-Rutinas de producción en el periodismo *on-line*: Definir las etapas o estadios del proceso de producción de mensajes ciberperiodísticos es un hito decisivo en un contexto donde la actualización continuada de los contenidos informativos es una demanda constante y donde existe una abundante cantidad de información. Un libro de estilo para Internet debería contribuir a que los ciberperiodistas conocieran cómo recorrer y superar cada una de estas fases manteniendo en cada una de ellas los criterios de rigurosidad, veracidad y calidad que demanda el ejercicio periodístico.

-Web 2.0: La consolidación de la web 2.0 (y el crecimiento de la web 3.0) exigen que los profesionales de la información *on-line* conozcan la «filosofía» que la «web de la gente» impone en los intercambios comunicativos.

-Verificación y evaluación de contenidos en la Red: Entre las habilidades y las destrezas que ha de presentar un periodista *on-line* se encuentra la capacidad de verificar y validar contenidos procedentes de la Red. En este sentido, resulta determinante que un libro de estilo para Internet aporte recomendaciones y consejos relativos a cómo evaluar informaciones de diferente naturaleza halladas en la Red. Se trata, en definitiva, de concebir los libros de estilo para Internet como herramientas que ayudan al periodista *on-line* a solventar los problemas cotidianos que están ligados a su labor informativa.

-Cuestiones deontológicas: La posibilidad de que cualquier usuario pueda, de forma inmediata, anónima y sin apenas conocimientos técnicos, convertirse en un emisor de contenidos en la Red, contribuye a que el ciberespacio se encuentre repleto de contenidos ilícitos que vulneran los principios éticos más generales.

-Directorios de enlaces y recursos: Un libro de estilo para Internet debe también actuar como una guía de recursos *on-line* de utilidad para los periodistas *on-line*.

-Glosario de términos: La amplia y creciente variedad de nuevos (y, en ocasiones, complicados) términos que circulan por la Red hace imprescindible la incorporación de un glosario donde mediante definiciones accesibles y sencillas se permita a los profesionales de la comunicación *on-line* conocer los nuevos conceptos que originan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Más allá de los anteriores o apartados temáticos, el éxito de un libro de estilo para Internet estará ligado al cumplimiento de un requisito igualmente exigible en el libro de estilo de cualquier otro ámbito. Concretamente, es imprescindible que el libro de estilo sea una herramienta útil, manejable y diseñada para la realización de consultas puntuales por parte de sus usuarios. En este sentido, el enfoque y la presentación de contenidos debe alejarse de los manuales teóricos y de cariz académico para aproximarse a los manuales teóricos-prácticos cuya función principal será la de solucionar duda y resolver problemas en el desempeño diario de los profesionales de la comunicación *on-line*. En el caso particular de un libro de estilo para Internet se plantea la posibilidad de construirlo sobre una plataforma o espacio *on-line* que permita consultas y búsquedas más ágiles y eficaces, y al mismo tiempo, que posibilite la renovación continua de los contenidos (especialmente, teniendo en consideración la rapidez de transformación y renovación de éstos).

## Información, libros de estilo y Web 2.0

La denominada web 2.0[16] o web social está introduciendo un conjunto de transformaciones en el escenario comunicativo que no pueden descuidarse en una reflexión sobre los libros de estilo para Internet. Esta web, conocida tam-

[16] «Los propulsores de la aproximación a la web 2.0 creen que el uso de la web está orientado a la interacción y Redes sociales, que pueden servir contenido que explota los 'efectos red' con o sin crear *web* interactivas y visuales. Los sitios *Web 2.0* actúan más como puntos de encuentro, o *web* dependientes de usuarios, que como *web* tradicionales», Cerezo (2006).

bién como la «web de la gente», se caracteriza por potenciar el intercambio horizontal y la participación constante de los usuarios. Las principales diferencias entre la web 2.0 y la 1.0 se sintetizan en los siguientes puntos:

| Web 1.0 | → | Web 2.0 |
|---|---|---|
| *DoubleClick* | → | *Google AdSense* |
| *Ofoto* | → | *Flickr* |
| *Akamai* | → | *BitTorrent* |
| *mp3.com* | → | *Napster* |
| *Britannica Online* | → | *Wikipedia* |
| *personal websites* | → | *blogging* |
| *Evite* | → | *upcoming.org and EVDB* |
| *domain name speculation* | → | *search engine optimization* |
| *page views* | → | *cost per click* |
| *screen scraping* | → | *web services* |
| *Publishing* | → | *participation* |
| *content management systems* | → | *wikis* |
| *directories (taxonomy)* | → | *tagging («folksonomy»)* |
| *Stickiness* | → | *syndication* |

Fuente: O'Reilly, 2005.

En este nuevo contexto, el usuario se consolida como el principal «actor» y «protagonista» de Internet. Tal y como apunta Ismael Nafría en su libro *Web 2.0: El usuario, el nuevo rey de Internet*[17] se ha pasado de una etapa donde lo más importante eran a los contenidos a un escenario, el actual, donde lo más importante es el usuario[18].

[17] Nafría (2000).

[18] «A lo largo de la todavía breve historia de Internet ha habido diferentes "reyes" de la web. En su día, la frase "el contenido es el rey" (*content is the king*) fue la dominante. Se entendía en esa etapa, previa al estallido de la "burbuja puntocom", que si una web quería obtener una posición realmente dominante en el mercado debía ofrecer un contenido lo más valioso posible, distinto de la competencia, de gran valor añadido. Quién tuviera el contenido, reinaría», Nafría (2000: 117).

En esta nueva etapa, presidida por el crecimiento de los servicios y proyectos de la web 2.0, se ha tomado conciencia del papel decisivo de los usuarios en el mantenimiento, crecimiento y desarrollo de diferentes espacios *on-line*. Como señala Nafría: «La web 2.0 sitúa al usuario en primera línea de la nueva generación de internet»[19]. El periodista debe, por tanto, reciclar su formación en función de las características definitorias de este nuevo escenario periodístico que inaugura la web social. En este sentido, resulta crucial incorporar en un libro de estilo para Internet las novedades que, a nivel de herramientas, conceptos y / o procesos, incorpora la web social en la comunicación *on-line*.

## Conclusiones

Los libros de estilo se presentan como una herramienta de gran utilidad y provecho para los profesionales de la comunicación *on-line*. No obstante, su presencia se reduce, por el momento, a iniciativas muy concretas que han impulsado algunos cibermedios. La naturaleza convergente y multimedia de la red de redes hace que la creación y aplicación de estas herramientas constituya un hito crucial en el proceso de consolidación del periodismo *on-line* en la medida en que:

a) Aportan credibilidad y prestigio: La aplicación de los libros de estilo para Internet contribuye a conferir una mayor calidad (en términos de presentación de los contenidos) a la información de los cibermedios. De esta manera, ayuda a aportar más credibilidad y prestigio al periodismo de Internet.

b) Facilitan el reciclaje formativo: Los libros de estilo para Internet servirían para formar a los periodistas con un menor dominio de Internet en las nuevas habilidades y destrezas que introduce la Red y, del mismo modo, serviría para renovar los conocimientos de aquellos que, si bien poseen una base de conocimientos sobre el tema, necesitan solventar dudas o interrogantes en su quehacer cotidiano.

c) Unifican los contenidos: Los libros de estilo para Internet desempeñan una labor decisiva en la conformación de una imagen de marca del medio en cuestión, ya que refuerzan la cohesión y la unidad de los contenidos presentados.

[19] Nafría (2000).

## Bibliografía

Agencia Efe (1988): *Normas Básicas para los Servicios Informativos*, Madrid: Agencia Efe.

Alonso Seco, José y Mercedes Del Hoyo Hurtado (2005): *Los periodistas del año que viene*, en *Actas del VI Congreso Nacional de Periodismo Digital*.

AA.W. (1990): *Libro de estilo de El País*. Madrid: El País.

Candeira, Javier (2001): «La Web como memoria organizada: el hipocampo colectivo de la Red», *Revista de Occidente*, 239, pp. 87-113.

Casasús, Josep M.ª y Xavier Roig (1981): *La prensa actual: introducció als models de diari*, Barcelona: Edicions 62.

Cerezo, José M. (dir.) (2006): *La blogosfera hispana. Pioneros de la cultura digital*, Madrid: Fundación France Telecom.

Chartier, Roger (2001): «¿Muerte o transfiguración del lector?», *Revista de Occidente*, 239, pp. 75-76.

Edo, Concha (2001): «El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del hipertexto al hipermedia», en *Actas del Congreso «Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia»*, Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Fontcuberta, Mar (1995): *La noticia. Pistas para percibir el mundo*, Barcelona: Paidós.

López De Zuazo, Antonio (1977): *Diccionario de periodismo*, Madrid: Pirámide.

Murray, Janet H. (1999): *Hamlet en la holocubierta. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*, Barcelona: Paidós (Col. Multimedia 12).

Nafría, Ismael (2007): *Web 2.0: El usuario, el nuevo rey de Internet*, Barcelona: Gestión 2000.

Pinto Lobo, María Rosa (2001): «Periodismo alfabético y alfanumérico, una relación de simbiosis digital», en *Actas del Congreso «Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia»*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid.

De Ramón, M.; P. Paniagua, P.; y J. M. Sanmartí (2001): «Las noticias de última hora en los periódicos digitales», en *Actas del Congreso «Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia»*, Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Salaverría, Ramón (2005): *Redacción periodística en internet*, Pamplona: Eunsa, Universidad de Navarra.

Tejedor, Santiago (2005): «Los libros de estilo en los diarios electrónicos: en busca de una normativa o identidad digital», en *Actas del VI Congreso Nacional de Periodismo Digital*.

Tejedor, Santiago (2006): «De la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística», *TELOS-Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, Madrid: Fundación Telefónica.

Tejedor, Santiago (2007): *La enseñanza del ciberperiodismo: De la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística*. Sevilla: Comunicación Social.

TEJEDOR, Santiago (2008): «Ciberperiodismo y web 2.0. El ciberperiodista como creador de 'itinerarios' ciberperiodísticos», *Revista Etcétera*, s. n.

## Sitios web

*LA VOZ.com.ar*, http://www.lavoz.com.ar/.

*CORDOBA.net*, http://www.cordoba.net/.

## Entrevistas

Entrevista a Txema Alegre, director editorial de *La Vanguardia Digital*, 25 de noviembre de 2005, elaboración propia.

Entrevista a David Sancha, editor de *El Periódico.com*, 25 de diciembre de 2005. Elaboración propia.

Entrevista a Vicent Partal, director de *Vilaweb*. 30 de noviembre de 2005. Elaboración propia.

Entrevista a Pepe Cervera, director de *Reitario*. Diciembre de 2005. Elaboración propia.

Santiago Alcoba (coord.), Ramón Sarmiento, José Manuel Pérez Tornero *et al.*; ed. Margarita Freixas, María J. Machuca y José María Perceval, Barcelona, 2009. Publicación electrónica en http://mediamentor.org/es/publications
ISBN: 978 - 84 - 692 - 3369 - 6

# SERVIMEDIA, OTRA MANERA DE INFORMAR

José Manuel González Huesa
*Director general de Servimedia*

Servimedia se ha convertido en una referencia para todos los medios de comunicación, ha marcado una pauta, ha iniciado un camino en la información social, y así nos lo reconocen las diferentes instituciones públicas y privadas, que a lo largo de nuestros casi veinte años nos han concedido diferentes premios y reconocimientos. Pero, ahora que alcanzamos la mayoría de edad, debemos dar un paso más.

El valor informativo de la Agencia y su influencia se va consolidando poco a poco. Somos el referente de la comunicación social para las empresas. Somos el primer medio de comunicación que se incorpora a Forética, un foro que agrupa a empresas que tienen el objetivo de promover la responsabilidad social, y pertenecemos a la Red de Medios de Comunicación Europeos y Discapacidad. Y organizamos, junto con expertos universitarios, cursos y jornadas sobre la comunicación de la responsabilidad social de las empresas.

Objetivos de un equipo de cien personas, cuarenta con discapacidad, quienes con su esfuerzo diario consolidan el valor informativo de la Agencia. Y, en medio de este cambio permanente de Servimedia, hemos decidido crear un manual de estilo propio de la Agencia que tiene un primer objetivo profesional: unificar criterios gramaticales y ortográficos en nuestras informaciones. Pero este libro va mucho más allá. No sólo se trata de escribir de forma correcta, de contar los géneros informativos y las fuentes de la noticia, de explicar qué es una agencia; este manual habla del compromiso de la información, de buscar la implicación del periodista con lo que pasa en la sociedad, de dar un paso

más allá en el seguimiento diario de los acontecimientos. Persigue servir de guía a los profesionales de la comunicación, y de ayuda a los estudiantes que por primera vez se sientan en una redacción. O incluso antes, cuando los universitarios acuden despistados a una clase sobre las ciencias de la comunicación. También pretende ser una referencia para los directivos de las empresas que tratan de acercar sus actividades a la vida diaria de sus ciudadanos. La implicación de la empresa, sea pública o privada, con la sociedad es esencial. Y esa comunicación necesita un lenguaje fluido, contenidos claros y compromiso. Servimedia es algo más que una agencia. Es una forma de ver la vida de otra manera. Cuando te involucras tanto en lo que nosotros denominamos «periodismo social», utilizas otro cristal diferente para conocer lo que pasa en la sociedad. Tienes activa otra sensibilidad. Y, en parte, gracias al granito de arena que Servimedia ha aportado en las últimas dos décadas, algo empieza a cambiar en la tendencia del periodismo. Incluso la política y la economía tienen otra cara, otro gesto que muchas veces pasa inadvertido. Nosotros sólo pretendemos destaparlo. Es evidente que la lluvia fina va calando. Ahora sólo falta llenar ese pantano de la información. En época de sequía, podemos provocar una tormenta que nos beneficie a todos. Es cuestión de tiempo. Interés y capacidad no nos faltan.

## 1. ¿Qué es Servimedia?

Creada en 1988 por la Fundación ONCE, lo que le otorga desde su nacimiento su especialización en información social, Servimedia se ha convertido en los últimos años en un referente informativo a todos los niveles y en todas las áreas informativas en las principales cabeceras de prensa, radios y televisiones nacionales.

Desde su creación, la Agencia de Noticias se ha caracterizado por la potenciación y el liderazgo en la información social, que es nuestro referente y nuestro lema, y en el que además creemos. Para dar mayor importancia y presencia a lo social, Servimedia ha desarrollado una destacada red de información política, económica y cultural, avalada por la constante presencia y referencia a la firma de la Agencia en los más prestigiosos medios de comunicación.

La Fundación ONCE lleva casi 20 años trabajando para conseguir la plena integración en la sociedad española de las personas con discapacidad a través de programas de formación y empleo, a lo que se añade la eliminación de barreras, no sólo arquitectónicas, sino psicológicas y culturales, en la mayoría de las ocasiones las más difíciles de allanar.

La Agencia Servimedia, enmarcada en el grupo de empresas de la Fundación ONCE, se convierte así en un elemento esencial en la difusión y tratamiento del mensaje social y del impulso a una sociedad en igualdad de oportunidades para todos los ciudadanos.

A través del envío diario de unas 200 noticias, se hace oír en los más prestigiosos medios de comunicación españoles, en los que ha ayudado a conseguir que la información social ocupe cada vez un lugar más destacado, al ir acompañada al mismo nivel y con la misma importancia por noticias parlamentarias, económicas o culturales.

Además, los trabajadores de la Agencia conocen desde un principio y asumen con generosidad y entusiasmo su labor de aguerridos profesionales de la información, en su aspecto más general, y su vertiente de incuestionables portadores e impulsores de la información de carácter social, sea cual sea su área de especialización.

Esta mentalidad llega incluso en Servimedia a los grupos de becarios que, procedentes de las principales universidades madrileñas, llegan cada año a la redacción para cumplir un periodo de formación de seis meses. Ellos son el futuro de la información y los compañeros de la Agencia ponen todo su empeño para formarles como mejores periodistas y, sobre todo, como mejores informadores de cuestiones sociales, algo que sin duda mantendrán en su desarrollo profesional.

De esta manera, Servimedia impregna toda su actividad de un carácter social que la eleva al liderazgo en este tipo de información, algo que no sería posible sin la generosidad de la ONCE, que, anualmente, cede a su Fundación un tres por ciento de sus ingresos (que representa más del 20 por ciento del resultado operativo de la organización) para que pueda impulsar compromisos como el de esta agencia de noticias que apuesta por la integración de todas las personas en la sociedad y, especialmente, de aquéllas que sufren alguna discapacidad.

Pero es que, por encima de todo, Servimedia predica con el ejemplo e integra en su plantilla, de unos 100 trabajadores, un 40 por ciento de empleados con algún tipo de discapacidad, entre los que se incluyen periodistas, maquetadores, administrativos, informáticos o telefonistas, demostrando así que se puede ser competitivo y líder empresarial integrando laboralmente a personas discapacitadas en cualquier ámbito laboral, sea cual sea.

El discurrir de los años ha obligado a la agencia de noticias tradicional, tal y como fue concebida en su inicio, a acomodarse a las necesidades de sus clientes y de la población en general, lo que la ha llevado a convertirse en un medio de comunicación multimedia especializado en cuestiones sociales: un multimedia de lo social.

Así, el compromiso con la información social que caracteriza a Servimedia se ha trasladado a la gestión integral de comunicación para entidades e instituciones sociales, cada vez más necesitadas de dar a conocer su labor a la sociedad. Para este tipo de entidades e instituciones, la Agencia pone a su disposición su potencial y su conocimiento de políticas e información sociales para elaborar publicaciones digitales o impresas, preparar resúmenes diarios de prensa, organizar congresos, seminarios, foros, ruedas de prensa, actos conmemorativos o cualquier otro evento relacionado con la comunicación interna y / o externa.

Servimedia edita más de 30 publicaciones especializadas en el ámbito de lo social, con un compromiso que incluye diseño, maquetación, redacción, impresión y distribución. Entre ellas destacan el periódico «**cermi.es**», único órgano mensual para todo el sector de la discapacidad, o la revista «**Perfiles**», especializada en actualidad social, con tiradas de 20.000 y 60.000 ejemplares, respectivamente, y un servicio de distribución que llega a todas las esquinas sociales de la geografía española. Además, el fuerte impulso de Internet en los últimos años ha generado un área nueva de prensa digital, con publicaciones como «Solidaridad Digital» (**http://solidaridaddigital.discapnet.es**), el periódico diario decano y referente de la discapacidad en España, y «La Crónica Social» (**www.cronicasocial.com**), el diario digital de información social. Por otra parte, los servicios de Documentación y Comunicación de Servimedia elaboran resúmenes de prensa y dosieres informativos y dan servicios de comunicación integral a instituciones sociales, ONG, empresas y fundaciones, entre otros, para lo que se apoyan además en una de las mayores bases documentales existentes en España en materia social. La versatilidad de una agencia de noticias especializada en políticas sociales, con profesionales expertos en todas las áreas informativas, es nuestro mejor aval para seguir informando a la sociedad, llevando nuestro mensaje de integración social y manteniendo la máxima que caracteriza a las agencias de noticias: la información es lo primero. Eso sí, con especial atención en el caso de Servimedia al posible carácter social de la noticia, que en casi todos los casos existe y merece ser contado.

## 2. Principios generales de redacción

La principal labor de un periodista es **buscar noticias**. Ese debe ser su primer cometido: ofrecer a los lectores o receptores del teletipo información novedosa e interesante. Ninguna relevancia tendrá una agencia de noticias que se limite a difundir información oficial o la que llega a través de notas de prensa. El prestigio de Servimedia se juega en dos canchas: las **informaciones propias** que ofrece y la **rapidez** con la que difunde las noticias.

Una vez que se ha cumplido el primer objetivo de todo periodista, y más en una agencia de noticias, llega el segundo de los factores: contar con rapidez lo que ha sucedido. Pero la rapidez no debe impedir la claridad en la exposición, la concisión del mensaje y la exactitud de los datos. De nada valdrá una buena noticia difundida rápidamente si no es comprensible para el receptor. Todo periodista ha de **escribir de forma correcta**. La Agencia dispone de editores que corrigen las informaciones, pero el primer responsable de que una información no se entienda y de los errores en ella incluidos es su redactor. El periodista debe dominar las reglas de la ortografía y la gramática. No puede haber claridad expositiva con errores ortográficos o gramaticales. Igual que un alfarero usa sus manos para moldear el barro y lograr una bella figura, el periodista tiene un instrumento: el lenguaje, que ha de usar con precisión. A la hora de redactar, toda persona dispone de un **estilo propio**, pero conviene tener en cuenta que el periodismo no es literatura, sobre todo en una agencia de noticias. Se debe contar lo que sucede de una forma sencilla, concisa y accesible al mayor número de gente posible. La estructura «sujeto + verbo + predicado» es la más adecuada. Nunca se debe trasladar al teletipo algo que el propio redactor no comprenda, aunque se haya extraído de una nota de prensa.

La **concisión** es un poderoso elemento que hay que tener en cuenta. Leer requiere tiempo, y no es precisamente algo que sobre, por lo que no se debe abrumar con noticias poco relevantes y excesivamente largas. Como muestra, un dato: una información a cinco columnas en un periódico equivale a un teletipo de unos 14 párrafos. Conviene hacer un esfuerzo de concisión y adecuar las informaciones a las necesidades de nuestros receptores. Y si eso vale para los diarios, ni qué decir para las radios y televisiones. Una noticia en esos medios se resume en cuatro o cinco párrafos, como mucho. El elemento de la rapidez adquiere una importancia notable cuando se trata de hechos a los que han tenido acceso simultáneamente otras agencias. La proliferación de medios digitales ha hecho más visible la importancia que dan nuestros clientes a la rapidez con la que se difunden los teletipos, algo muy tenido en cuenta por las televisiones y, sobre todo, por las emisoras de radio.

La urgencia en la transmisión de una información puede hacer conveniente la difusión de un avance. El habitual Consejo de Redacción de cada mañana puede servir para determinar qué informaciones requerirán de un primer teletipo más corto para ofrecer a nuestros clientes. Puede ser el caso de los resultados de un sondeo del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) con intención de voto o datos económicos, como el paro o el IPC. Pero en otras situaciones ha de apelarse al **olfato informativo** del periodista que cubre un acontecimiento.

Ante un grave accidente o un atentado terrorista no caben las dudas. En otras ocasiones, es conveniente que el informador consulte con el redactor jefe

de noticias o el responsable de sección para decidir. Siempre es mejor una consulta con respuesta negativa que el haber echado en falta un avance de una información.

Para escribir con rapidez hace falta tener las **ideas claras**. En una rueda de prensa, por ejemplo, hay momentos para ir repasando lo dicho por su protagonista, mientras los compañeros hacen sus preguntas o el conferenciante responde reiteradamente. En general, se debe dedicar un tiempo a ordenar las ideas e ir preparando el teletipo. Son minutos valiosos que se pueden ganar dentro de una competición sana con el resto de agencias, de forma que al sentarse delante del ordenador, ya sea en la agencia o en el lugar donde sucede la noticia, la escritura se hace mucho más ágil al tener ya las ideas ordenadas y decidido el mensaje que se va a transmitir. Situarse ante el teclado con el titular y el «lead» claros ayuda mucho a redactar con rapidez una información. En este sentido, conviene apuntar que la grabadora es un gran apoyo para el periodista, ya que le permite completar o concretar alguna idea que se le pueda haber pasado por alto en la rueda de prensa, o que albergue alguna duda, un dato o declaración que no fue apuntada con precisión. Dicho esto, es importante solventar siempre cualquier duda antes de redactar la información. La jerarquía de las informaciones es algo inherente a la labor periodística, y también ha de tenerse en cuenta en una agencia de noticias. El redactor debe analizar y valorar todo lo que le llega con la mayor brevedad posible, para ir ordenando su difusión en función de su importancia, asumiendo la dificultad que puede implicar en la actualidad la cantidad de información que llega por medios electrónicos. Sin embargo, muchas veces la mera observación de un correo que llega a través de Internet permite determinar si lo que incluye puede tener mayor o menor interés. Un comunicado, con un hecho de primera magnitud, puede quedar oculto entre los tres o cuatro que tiene pendientes un redactor, algo que debe evitarse.

En todo caso, la rapidez no debe estar nunca reñida con la exactitud. En la medida de lo posible, y valorando la urgencia de la noticia, **el texto debe repasarse y releerse** con el fin de evitar erratas y errores. En particular, conviene prestar especial atención a los nombres extranjeros y a las cifras, más difíciles de contrastar por el Departamento de Edición, que los dará por buenos, salvo que algo extrañe por su exageración: es poco probable que el sueldo medio de un trabajador español sea de cien millones de euros, como también lo es que los Presupuestos Generales del Estado asciendan a mil euros.

Un elemento que no puede faltar en ninguna de las informaciones de una agencia de noticias es la fuente, es decir, de dónde proviene la información o la declaración que se cuenta. Las noticias llegan a Servimedia por múltiples vías y la fuente debe incluirse en el primer o segundo párrafo del teletipo,

nunca más tarde. La Agencia de Noticias Servimedia corregirá, tan pronto los advierta, los errores que pueda cometer en la elaboración de las informaciones. El derecho de nuestros clientes a recibir una información veraz y el de las fuentes a ser tratados correctamente así lo requieren. Es su derecho y nuestra obligación. Además de ser profesional, el periodista de Servimedia debe participar de principios tan básicos como la honradez, la ética o la coherencia; no sólo somos periodistas, también personas que hablamos de otras personas. De su cumplimiento nace la objetividad, piedra angular de esta profesión. Por último, los periodistas de Servimedia podrán adquirir acciones, realizar inversiones u operaciones del mercado, siempre que no utilicen al efecto información confidencial o reservada, que por su trabajo profesional, hayan obtenido. Esta información tampoco la utilizarán en beneficio de terceras personas. Y su imparcialidad no les permitirá influir con noticias o comentarios que beneficien a intereses de personas o entidades. La independencia no podrá verse comprometida por la aceptación de regalos, donaciones o prebendas que puedan condicionar el libre ejercicio de la profesión.

## 2.1. Normas básicas

Definir el periodismo social especializado no es fácil, pero sí hacerlo como una sensibilidad especial de quienes se enfrentan cada día a la elaboración de noticias y tienen como máxima la defensa de valores sociales en todas las áreas de la vida. No está de más recordar que al periodista se le debe exigir objetividad intelectual.

El periodista debe huir del llamado periodismo amable, puesto que se trata de todo lo contrario, de fijar un eje social de actuación y, sobre él, hacer rotar toda la actualidad, venga de donde venga: de los sectores políticos, económicos, sociales, culturales, etcétera.

Este periodismo, además, da cabida, como temática por excelencia, a todas aquellas cuestiones que habitualmente se han englobado en las secciones de sociedad, pero que ahora amplía sus conceptos a cuestiones económicas, políticas y otras voces.

Dar peso «a lo social» es lo que ha tratado de hacer, desde su nacimiento, la Agencia de Noticias Servimedia, impregnando de esta especial característica su actuación informativa. Se ha hecho hincapié en los temas sociales al mismo nivel que los políticos y los económicos. Esa es la verdadera apuesta por el periodismo social.

No se trata de deslindar áreas, sino de incorporar el concepto de «lo social» a todo el trabajo periodístico. La intención es, por tanto, llegar a lo social

desde enfoques distintos en la información que se hace cada día. No siempre es fácil, pero la experiencia de casi 20 años de Servimedia demuestra que es posible integrar ese eje social en su agenda diaria y arrastrarlo cada vez más a otros medios y, por ende, a la actualidad.

A esto se suma la necesidad de actuar como altavoz de aquellos sectores de la sociedad en general, y de la ciudadanía en particular, que buscan en el periodismo un aliado en la expresión de cuestiones que, en menos ocasiones de las deseadas, son tenidas en cuenta, como las personas con discapacidad, los y las menores, la población inmigrante, y valores tales como la solidaridad, la cooperación y la paz, entre otros.

Incluir, por tanto, la voz de todos estos sectores en igualdad de condiciones con los actores políticos y económicos –con una capacidad mediática ya establecida y consolidada por Servimedia– es también un aspecto destacado del periodismo social.

A partir de ahí, sólo hay que tratar informativamente los temas sociales con la mayor normalidad, claridad y respeto posibles, sin renunciar a abrir el debate sobre asuntos como la infancia, las cuestiones de género, la drogadicción, la inmigración o la discapacidad. Y, junto a éstos, derechos laborales, de consumo, de relaciones con las administraciones o derechos sociales en general. Se trata de contribuir desde nuestro trabajo en Servimedia en la lucha contra determinados estereotipos y actuaciones que impiden a algunos grupos sociales participar e integrarse en nuestra sociedad como ciudadanos en igualdad de condiciones.

Existen todavía pocos estudiosos del periodismo social como tal y, por ello, poco escrito al respecto, si bien los periodistas, en mayor número, son conscientes de que determinadas necesidades sociales deben ser plasmadas en los medios con normalidad. Un ejemplo modélico es la declaración firmada en Salamanca por un centenar de periodistas que proponen el ejercicio de buenas prácticas de redacción y de sensibilidad (que no sensiblería) en relación con el trato informativo a las personas con discapacidad y sus necesidades. No olvidemos que sólo en España hay 4 millones de ciudadanos con algún tipo de discapacidad, cifra que se dispara por encima de 50 millones si nos referimos a la Unión Europea, un 10% de la población. Las iniciativas políticas, las actividades económicas, las actuaciones públicas y, cada vez más, las privadas, tienen en cuenta los conceptos sociales. El periodismo no puede ser ajeno a lo que sucede en la calle. El impulso de la sociedad civil y los grupos relacionados con temas sociales es imparable. Sólo falta darle voz y en eso Servimedia trata de ser pionera para poner el altavoz a estos protagonistas de la sociedad. Acerca del modo de escribir en periodismo social, se han abierto recientemente algunos debates sobre la idoneidad de determinados términos

y usos respecto a enfermedades y situaciones que pueden afectar a personas, entes, colectivos, etcétera.

## 2.2. El valor de la persona

En este ámbito, más que atenernos a lo que llamamos «corrección política» del lenguaje, lo que nos interesa como periodistas es afinar en aquello que la palabra representa para **no herir** a las personas que son protagonistas, centrales o casuales, de la noticia.

Premisa principal: un «minusválido» no es «minus» (menos) válido que otra persona. Peor es el término «inválido» (no válido), atribuido también a quienes no entran en el imaginario perfil o patrón de las «personas normales». Dice el académico Javier Marías que hay quienes «*nos instan a no utilizar nunca términos en sí mismo inocuos pero que ellos han tildado de 'peyorativos' o discriminatorios*», y agrega: «*decir de alguien que es 'negro' no difiere apenas de decir de otro que es 'rubio', algo meramente descriptivo; proscribir 'lisiado' o 'tullido' nos obligaría*», subraya, «*a prescindir asimismo de 'tuerto', 'manco', 'ciclán' o 'cojo' [...] y así hasta el infinito*». Marías tiene razón, pero habla de otra cosa.

No persigue este manual censurar o excluir términos, no sólo de uso popular, sino recogidos en el Diccionario. Tampoco un debate etimológico, sino una apuesta por corregir, aunque sólo sea con letras, la connotación equívoca que acompaña a determinados términos o expresiones en periodismo. La filosofía, si se nos permite, es no subrayar, en un contexto informativo determinado, una discapacidad del protagonista del hecho noticioso. No pasó a la Historia el presidente de Estados Unidos Franklin D. Roosevelt por su discapacidad (una paraplejía), sino por su función política. En este ámbito de reflexión, ningún periodista escribiría «El presidente **tullido** de EEUU ordenó ayer...», como tampoco hoy que «Un senador **negro** opta a la Casa Blanca». En la década de los cincuenta del siglo pasado, que un senador «negro» aspirara a presidente de Estados Unidos era un hecho, además de insólito y arriesgado, todo un acontecimiento informativo. Hoy, en la sociedad globalizada y multicultural que vivimos, probablemente no sea más que una rémora, un detalle que no merezca ser destacado, salvo excepciones. Para el caso, mejor que negro escribamos de **raza negra**, con la misma naturalidad que: «Elegido presidente de Mozambique un político de raza blanca», lo que es un hecho extraordinario, sin duda, en un país mayoritariamente habitado por personas de raza negra.

En otro ámbito, no olvidemos que una persona con discapacidad, como una persona mayor, como un niño, como cualquiera de nosotros en un momento dado, puede ser al mismo tiempo dependiente de alguien, ser **persona depen-**

**diente**, esto es, que precisa de la ayuda de otro. Ello no le invalida en todo lo demás.

Convertimos la palabra **discapacidad** en fuente de la que manan nuestros recursos expresivos. Discapacidad es también el término elegido por la Asamblea General de la ONU en el Primer Tratado Internacional de Derechos de los Discapacitados, aprobado en agosto de 2006, como es **dependencia** el término habitual que se emplea en el desarrollo y contenidos de una ley española sobre el particular, también conocida como ley de autonomía personal. En la elaboración de informaciones donde se hable de personas con algún tipo de discapacidad, dejamos en desuso términos como: invalidez, inválido, minusvalía, minusválido, loco, invidente, cojo, subnormal, anormal, tullido, mutilado, tarado, etcétera.

En este punto, anotamos como tendencia generalizada en los últimos tiempos el uso de la palabra **persona** acompañando la definición de la correspondiente discapacidad de la que hablemos. Aún hay quien se ve tentado de llamar a alguien a secas sordo o cojo peyorativamente. En periodismo social esto no es aceptable.

Persona se perfila como una luz al fondo del túnel. No creemos que sea redundante. Es una solución adecuada, correcta y, sobre todo, respetuosa. Quien presente una determinada discapacidad será una **persona con discapacidad**.

Del mismo modo, escribiremos, también como recomendación general, **persona sorda**, **persona muda**, **persona sordomuda** o **persona sordociega**. A la sordera la podemos llamar **discapacidad auditiva**. Escribiremos **tartamudo** y **tartamudez**, pero no tartaja, como **lengua de signos** y no «lenguaje de signos» o «de los signos».

**Persona con discapacidad física**, **intelectual** o con **enfermedad mental**, sea cual fuere el grado de la discapacidad o enfermedad, será mejor que definir con concreción, a veces exasperante, discapacidades o enfermedades como la locura (en todas sus variantes posibles), la cojera, etcétera.

Asimismo, se ha de evitar el uso de términos que en sí mismos llevan una apreciación negativa de la discapacidad, que termina proyectándose a la persona. Por ejemplo, hay que abstenerse de hacer uso de verbos como «padecer», «sufrir», «aquejar», referidos a la discapacidad; es preferible optar por palabras neutras como **presentar**, **tener**, **manifestar**, **concurrir**, etcétera, que no prejuzgan el hecho de tener una discapacidad. Para entender mejor la cuestión, hacemos nuestras las recomendaciones que, en relación con las enfermedades mentales, difundió en su día un grupo de expertos por encargo de la Confederación Española de Agrupaciones de Familiares y Enfermos Mentales (Feafes), que opta por usar la expresión **persona con enfermedad mental** o **persona con problemas de salud mental** en vez de «enfermo mental», «trastor-

nado», «perturbado», «loco» o «psicópata», que este colectivo considera, y no sin razón, «términos ofensivos, inexactos y anticuados que perpetúan la ignorancia y conducen al estigma» en determinados contextos.

En los últimos tiempos, se está planteando el uso (muy minoritario, por el momento) de **diversidad funcional** para referirse a la «discapacidad», y que sería, al entender de sus defensores, el término correcto que habría de emplearse en sustitución de éste. En relación con el ser humano, sería **persona con diversidad funcional**. Esta propuesta no se ha generalizado y hay dudas de que vaya a hacerlo; no cuenta, hasta ahora, con avales normativos, jurídicos o políticos o de uso extendido. No ha de emplearse, por tanto, como sustituto equivalente de discapacidad, y sólo cuando la fuente de la noticia literalmente la emplee.

## 2.3. Personas de talla baja

La **acondroplasia** o **enanismo óseo** lleva unida a sus características físicas una carga de clichés y connotaciones culturales que identifican la imagen de las personas con acondroplasia «con la del bufón, el gracioso», según recuerda la Fundación ALPE Acondroplasia. Ésta y otras organizaciones velan por que las **personas de talla baja**, así las llamaremos preferentemente en Servimedia, luzcan en el ámbito público por razones que nada tengan que ver con su discapacidad.

Aunque la Real Academia fija que «enano» es «*diminuto en su especie*» o, acompañado de «mental», «*persona corta de entendimiento*» o «*personaje fantástico (...) que aparece en cuentos infantiles...*», entre otras acepciones, parece más adecuado que en el uso informativo escojamos otras, además de personas de talla baja, como **persona que presenta enanismo** o **persona de estatura muy baja**.

## 2.4. Personas con discapacidad visual

Escribiremos por regla general **ciego** o **discapacitado visual** o **persona con discapacidad visual**, pero no «invidente». **Perro guía** se escribirá separado y sin guión mientras que juntas las palabras **sordoceguera** y **persona sordociega**.

En cualquier caso, señalamos aquí algunas consideraciones que hace la ONCE sobre los distintos grados de discapacidad visual. Cuando hablamos en general de **ceguera** o **discapacidad visual** nos estamos refiriendo a condiciones caracterizadas por una limitación total o muy seria de la función visual.

Más específicamente, hablamos de personas con ceguera para referirnos a aquellas que no ven nada en absoluto o solamente tienen una ligera percepción de luz (pueden ser capaces de distinguir entre luz y oscuridad, pero no la forma de los objetos). Por otra parte, cuando hablamos de personas con discapacidad visual queremos señalar a aquellas personas que con la mejor corrección posible podrían ver o distinguir, aunque con gran dificultad, algunos objetos a una distancia muy corta. En la mejor de las condiciones, algunas de ellas pueden leer la letra impresa cuando ésta es de suficiente tamaño y claridad, pero, generalmente, de forma más lenta, con un considerable esfuerzo y utilizando ayudas especiales. En otras circunstancias, es la capacidad para identificar los objetos situados enfrente (pérdida de la visión central) o, por el contrario, para detectarlos cuando se encuentran a un lado, encima o debajo de los ojos (pérdida de visión periférica), la que se ve afectada en estas personas. Por tanto, las personas con discapacidad visual, a diferencia de aquellas con ceguera, conservan todavía un resto de visión útil para su vida diaria (desplazamiento, tareas domésticas, lectura, etcétera).

Hablamos también del **braille**, sistema de lectura y escritura para las personas ciegas, y de Louis Braille, su creador. En su conjunto, discapacidad resuelve muchas dudas ante el riesgo de terminar usando palabras que, aun reconocidas por la Real Academia, contienen significados que, como ya hemos señalado, pueden herir a los interesados.

**Discapacidad** sustituye del mejor modo posible sinónimos como «deficiencia», «anormalidad» o «minusvalía». Una persona con discapacidad no es menos válida o más deficiente o menos normal que otra persona sin ella. En su Guía de estilo, la Confederación Española de Agrupaciones de Familiares y Personas con Enfermedad Mental (Feafes) se refiere sólo al ámbito que le compete, la salud mental, pero sus consideraciones nos son útiles para cualquier tipo de discapacidad. De este modo, resolvemos que una discapacidad:

-No significa necesariamente menor capacidad intelectual o física.
-No siempre es irreversible.
-No es mortal.
-No es contagiosa.
-No es siempre hereditaria.
-No es un castigo o una culpa que arrastrar.
-No es siempre permanente en la vida del individuo una vez adquirida.

El I Encuentro Periodismo y Discapacidad, celebrado el 1 de julio de 2004, concluyó con la llamada **Declaración de Salamanca**, que ahonda, a modo de «mandamientos», en directrices que deben seguir los redactores con relación al universo de las discapacidades.

No trata tanto de establecer qué términos se deben utilizar en cada ocasión como de llamar la atención de los periodistas en torno a la discapacidad en su conjunto. Así, se lee en ella que la discapacidad «se asocia a conceptos negativos fruto, en gran medida, de la ignorancia, la superstición, los prejuicios y de una serie de factores culturales que han ido levantando barreras invisibles difíciles de superar».

Añade más adelante que los medios de comunicación «han potenciado la inclusión de informaciones relacionadas con la discapacidad, pero siguen ofreciendo enfoques equivocados o sesgados que en ninguna medida favorecen la eliminación de prejuicios arraigados ni contribuyen a la plena integración de las personas con discapacidad».

Esta comunicación de principios debe regir el modo de hacer de Servimedia, sobre todo cuando alerta del riesgo de convertir a la persona con discapacidad en un «héroe» o, por el contrario, en un «mero receptor de ayudas». Tampoco, necesariamente, una persona con discapacidad ha de considerarse «desvalida», en su acepción de «desamparada, privada de ayuda y socorro»: lo puede ser cualquier persona, con o sin discapacidad.

Un atracador de bancos discapacitado no es distinto de otro que, siendo igualmente amigo de lo ajeno, no presenta discapacidad alguna. Pero un titular que diga «Un cojo logra un botín de un millón de euros tras retener a 102 personas en una sucursal» nos puede parecer más sugestivo que si el asaltante careciera de esta discapacidad, pero también puede llevarnos por los senderos del espectáculo, haciéndonos olvidar que, lejos de ser la cojera del atracador, incluso la cantidad del botín, lo relevante será que 102 personas, la mayoría, sin duda, clientes, han sido secuestradas y su vida puesta en riesgo durante un tiempo determinado. El ejemplo es disparatado, desde luego, pero práctico para los fines que perseguimos.

## 2.5. Personas con enfermedad mental

Convendremos también en la espectacularidad de emplear el término «psicópata» cuando nos referimos a determinados sucesos que, por su naturaleza, escandalizan o sobrecogen a amplios sectores de la sociedad. Pero no debemos olvidar que un psicópata es un enfermo mental que ha de ser diagnosticado por especialistas, por lo que no podemos recurrir a este término llevados sólo de la sospecha de que tal cosa es la causa que ha conducido al cruento delito, por más que ello lo asegure la Policía en una nota de prensa; por más que nos guste relacionar psicópata con un tipo de delincuente particularmente violento o morboso.

La «psicopatía» es un sustantivo que, según la Real Academia, define la enfermedad mental en todas sus variantes. Por ello, debemos extremar las precauciones en el uso de expresiones de esta índole, puesto que psicópata es también una persona que tiene, por ejemplo, síntomas de anorexia, lo cual no conlleva la sospecha de que en algún momento tal persona cometerá contra otra u otras un acto horrible como el que, con mayor periodicidad de la deseada, se producen en la sociedad a la que pertenecemos.

«Un esquizofrénico mata a su madre». ¿Adónde nos conduce este titular? Puede que a ser comprensivos con el autor del crimen, pues no sabía lo que hacía, pero también puede que a pensar que la acción criminal hubo de ser horrible: ¡además era esquizofrénico, pobre madre! La noticia no debe ser tanto la condición mental del autor como la muerte de una madre a manos de su hijo. Una causa, pues seguro que hubo una causa, nos ayudará a completar mejor este suceso, desde el punto de vista estrictamente informativo. Más adelante sí podremos anotar la condición del autor como una persona que, supuestamente, mientras no tengamos clara la fuente, padece esquizofrenia. ¿Explica necesariamente su poesía la enfermedad que presenta Leopoldo María Panero, o sus novelas la de Robert Walser? Por cierto, ambos escritores ingresaron en su día en **centros de salud mental** o de **rehabilitación**, mejor que escribir que «fueron encerrados, o recluidos» en «manicomios o psiquiátricos». En algunos casos, sin resultar alevoso, puede ser interesante desde el punto de vista periodístico destacar una determinada circunstancia de este tipo en la elaboración de una información, aunque intentemos evitarlo. Huyamos, asimismo, de expresiones como «retrasado», «perturbado» o «trastornado». Y no olvidemos un matiz importante: una **persona con discapacidad intelectual** se distingue de una **persona con enfermedad mental** en que la dolencia de esta última puede ser transitoria. Además, diferenciemos lo que es un **pirómano** de quien hace fuego, con consecuencias igualmente fatales. Pirómano es, según la Real Academia, aquél que tiene «tendencia patológica a la provocación de incendios», por lo que no podemos definir periodísticamente como pirómano a todo aquél que, por ejemplo, quema una superficie forestal. Hablamos, por tanto, de un trastorno. Resulta a todas luces incorrecto informar del arresto de un pirómano sin conocer a ciencia cierta que lo es, pues podemos estar hablando de un acto criminal cometido por una persona que no padece necesariamente esta patología. Por tanto, emplearemos como definición general el término **incendiario**, que es aquél que «incendia con premeditación, por afán de lucro o por maldad», en donde se encuadraría un pirómano.

## 2.6. El fenómeno de la inmigración

Ocurre otro tanto con muchos otros términos que, afortunadamente, tienden a desaparecer, si no lo han hecho ya, concernientes a colectivos sociales tradicionalmente marginados, como las **personas de etnia gitana** u otras personas que, por el color de su piel, identidad o procedencia cargan de connotaciones negativas o extrañas determinadas informaciones. Que una persona de raza negra abuse de una mujer de raza blanca levita en nuestro subconsciente como un suceso, si cabe, más espeluznante que si fuera un ciudadano de pelo rubio el autor. Nos lo relata bien Harper Lee en *Matar a un ruiseñor*.

El **inmigrante** o **persona inmigrante** es aún visto como un problema, en muchos casos de seguridad ciudadana. En Servimedia debemos hacer un esfuerzo por no encuadrar informativamente este fenómeno social en un escenario plagado de sospecha permanente.

Idéntico valor informativo tendrá que el atraco a un chalé lo perpetren cinco ciudadanos rumanos que cinco españoles. Es decir, no centremos el enfoque del suceso en la condición exclusiva de rumanos que tienen los presuntos atracadores.

El suceso es el que es: el atraco a un chalé, el botín logrado, si hubo víctimas... En el cuerpo de la noticia haremos mención, sin que ello suponga un rasgo distintivo, al hecho de que los autores eran de otra nacionalidad distinta de la española.

¿Por qué estas prevenciones? Los medios de comunicación, es obvio decirlo a estas alturas, tienen una enorme responsabilidad en la difusión de ciertos enfoques o contenidos que determinados sectores de la sociedad pueden interpretar de forma errónea, o cuando menos injusta, como una amenaza que afecta, en este caso, a todos los rumanos por el simple hecho de serlo. Ocurrió durante décadas, si no siglos, en España con las personas de etnia gitana, abocadas a un estigma que nada ayudó a su desarrollo e integración social.

No debemos olvidar que carecer de un documento para residir legalmente en un país no hace que una persona sea inferior. La inmigración masiva como fenómeno social reciente en España nos conduce casi a diario a tratarla informativamente desde distintos ángulos. En los últimos tiempos, la tendencia a nombrar los hechos y las personas de modo singular, con el falso objetivo de diferenciarlos de otros sucesos, motivos o sujetos, no debe necesariamente aceptar la consolidación de según qué términos.

Hablamos de expresiones del tipo «sin papeles», «indocumentados», «irregulares». Una situación, un hecho, un objeto puede ser regular o irregular, legal o ilegal, pero entendemos que una persona es algo más que un ser ilegal o irre-

gular. Es, por encima de todo, una persona, con nombre y apellidos, familia y enseres, por pocos que sean, que le convierte en algo más que una expresión hecha, un número, un elemento social no identificable. El **inmigrante** que cruza el mar en cayuco, por ejemplo, no es *per se* un delincuente, aunque por traspasar una frontera sin autorización o la documentación precisa en regla esté infringiendo una normativa determinada y aceptada por tratados internacionales. Así, es preciso que en el tratamiento informativo que apliquemos a informaciones referidas a **personas inmigrantes** prime, precisamente, esta condición: que son personas antes que inmigrantes legales o ilegales.

No recomendamos, por ello, utilizar expresiones sueltas del tipo «los 'sin papeles'», «los irregulares», «los ilegales», y sí, como mucho, **las personas sin papeles**, **los inmigrantes irregulares**, **las personas inmigrantes sin documentación**, y apurando en un titular, indocumentados, siempre entendiendo que la circunstancia, a veces accidental, de no poseer un determinado papel o documento en regla no nos convierte en un ser inferior o sospechoso, con menos derechos y deberes que quienes son nacionales o, sencillamente pueden acreditar su identidad por medio de un simple documento. Además, términos sueltos como «sin papeles» parecen conjugar falsamente bien cuando hablamos de un grupo numeroso de personas inmigrantes. Si habláramos del caso de una sola persona, ¿titularíamos así? «Un 'sin papel' llega a la costa española». Queda raro.

Hay otras expresiones de uso común en nuestras informaciones cuyo significado conviene detallar. Parecería que al hablar de un exilado, refugiado o represaliado hablamos de lo mismo, pero no siempre es así. Con el Diccionario en la mano, fijamos como sinónimos las palabras **exiliado**, **expatriado**, **asilado** y **refugiado** para definir a las personas que han abandonado su país, forzosa o voluntariamente, por motivos políticos.

Afinando, asilado es, en particular, la persona que, por motivos políticos, encuentra asilo con protección oficial en otro país o en embajadas o centros que gozan de inmunidad diplomática. Escribiremos **acogido**, refugiado o **desplazado** al referirnos a aquellas personas que se encuentran forzosamente en un país distinto del suyo, además de por razones políticas, por otras como guerras, catástrofes naturales, revoluciones, etcétera.

En este contexto, otro término habitual es el de **represaliado**, para el que la Real Academia fija que es persona que «ha sufrido represalias», sin especificar de qué tipo. Como es válido para cualquier circunstancia, usémoslo si intuimos que se ajusta mejor a lo que queremos contar.

Un **campo de refugiados** es, según el Diccionario, un «lugar acondicionado para la instalación temporal de personas que se han visto obligadas a abandonar el lugar en el que viven». Prestemos especial atención en la elaboración

de nuestras informaciones a los gestos humanitarios de amplios sectores de la población española afectada hacia estas personas, que se suman a la práctica diaria de las ONG e instituciones oficiales.

La imagen de la atención desinteresada prestada por bañistas y vecinos a inmigrantes llegados a playas españolas tras semanas de navegación en destartaladas barcas, ofreciéndoles agua o, simplemente, un abrazo para calmar su frío es más que una noticia: es todo un síntoma de buena salud social que debe ser reflejado en mayúsculas en nuestras informaciones.

## 2.7. Racismo y xenofobia

Para empezar, empleemos correctamente estos términos. **Racismo** es la «exacerbación del sentido racial de un grupo étnico, especialmente cuando convive con otro u otros». Aunque la acepción que más nos interesa es la segunda: «Doctrina antropológica o política basada en este sentimiento y que en ocasiones ha motivado la persecución de un grupo étnico considerado como inferior». **Xenofobia** significa «odio, repugnancia u hostilidad hacia los extranjeros».

Como se aprecia, resulta esencial para el periodista no confundir a un racista con un xenófobo, aunque en algunos casos alguien sea las dos cosas. Queda entendido que una persona puede ser racista con respecto a un ciudadano de su misma nacionalidad pero de otra raza, así como xenófobo hacia otra de su misma raza pero de un país distinto del suyo.

### 2.7.1. Homofobia

No será correcto decir que una persona es racista hacia los homosexuales, «tanto masculinos como femeninos», **gays** y **lesbianas**. Estamos ante una **persona homófoba** cuando es una persona «que siente aversión hacia los homosexuales». Además, cuidado con vocablos como «transfobia» o «tránsfobo», que no existen aunque son utilizados, incluso por instituciones públicas. Por supuesto, alejémonos de considerar la homosexualidad como una enfermedad.

## 2.8. Moral y religión

En terreno tan resbaladizo como éste, que soporta una elevada carga de subjetividad e interpretación, y riesgo de malentendidos, serán reglas básicas el respeto a las partes implicadas y el sostén en la Constitución española a la hora

de dirimir informativamente determinadas cuestiones. Servimedia no fijará posición en la aplicación de leyes que supongan para determinados sectores sociales una merma de lo que estiman son sus derechos, en confrontación con los de otros colectivos, si se quiere antagónicos.

Ello no impedirá, como no puede ser de otro modo, ofrecer o atender informativamente a las partes en conflicto. Excepción será cuando las voces, documentos o acciones que se pretenden hacer públicas traspasen los límites de la libertad de expresión, o de la ley en su conjunto. Por encima de todo, prevalecerá el interés informativo, pero también el escrupuloso respeto a toda posición o sentimiento tan personales como los vinculados con la moral o las creencias religiosas, sean cuales sean.

Nuestra atención será preferente en aquellos casos en que las personas sufran física o psíquicamente por defender unas creencias determinadas, por la persecución de que puedan ser víctimas por esta razón. Por lo demás, todas las manifestaciones religiosas tendrán cobertura por igual en Servimedia, y en función siempre del interés informativo en cada caso, salvo aquéllas cuya actividad no esté legalmente regulada, como es el caso de determinadas sectas.

Por otra parte, es importante no relacionar el **islam** o **islamismo**, conjunto de dogmas y preceptos morales que constituyen la religión de Mahoma, con actividades violentas o terroristas que se cometen en su nombre. Sería tan injusto como responsabilizar a la cristiandad en su conjunto de las polémicas acciones que cometieron en su día determinadas facciones cristianas en Líbano.

El Diccionario nos ayuda a distinguir al señalar que **islámico** es «relativo o perteneciente al islam» e **islamista**: «perteneciente o relativo al islamismo integral; partidario de este movimiento». **Musulmán** es quien «profesa la religión de Mahoma», **mahometano** quien «profesa la religión islámica» y **árabe**, «natural de Arabia» y «perteneciente o relativo a los pueblos de lengua árabe». Árabe no es sinónimo de musulmán o islámico. Un árabe puede ser católico, budista, etcétera.

No emplearemos con carácter general el vocablo «moro», no sólo porque únicamente se refiera en su primera acepción a «naturales del África septentrional frontera a España», lo cual supone una restringida parte de lo que llamamos mundo árabe; sino, sobre todo, porque es peyorativo. Permitiremos el uso de **islamofobia**, aunque no está en el Diccionario, para señalar el rechazo a todo lo relacionado con el islam.

Por otra parte, no confundamos evangelistas con evangélicos. En el ámbito cristiano, existe la Iglesia evangélica, como la católica. **Evangélicos** son los seguidores de esta doctrina inspirada en Lutero y Calvino, mientras que **evangelistas** son cuatro: Mateo, Lucas, Juan y Marcos, autores de los Evangelios

canónicos. Otro tanto ocurre con anglicanismo y anglicismo. Aunque no es frecuente confundir ambos términos, no está de más recordar que **anglicanismo** es la religión cristiana mayoritaria en Inglaterra, y anglicanos sus seguidores.

Tampoco todos los indios son hindúes. **Hindú** es todo aquel, resida en el país que resida, que practica el hinduismo, o brahmanismo, religión mayoritaria en la India. No caigamos en el error de hablar del país hindú, cuando aludamos a la India, como no llamamos católicos a todos los franceses aunque esta confesión religiosa es mayoritaria en dicho país. Para cerrar este capítulo, tengamos presente que **israelí** es el gentilicio del Estado de Israel. **Judíos** sólo serán quienes, siendo o no israelíes, profesen la confesión judía. Tampoco nos podemos referir a Israel como al pueblo **hebreo**, término éste que sólo se aplica a la lengua del pueblo judío. Israelí no es sinónimo de **israelita**, que emplearemos únicamente para referirnos a los judíos de todo el mundo.

## 2.9. Adicciones

Las drogas, en todas sus variantes, entre ellas el alcohol, pueden conducir a sus consumidores, dependiendo de las cantidades, hacia estados físicos o intelectuales que rayan en un problema de salud mental. Debemos ser cuidadosos en no usar en estos casos términos despectivos que vinculen tales adicciones con determinadas consideraciones morales que no vienen al caso.

Un **alcohólico** o **alcoholizado** no es peor persona que otra que no lo sea. El **alcoholismo** –no confundamos con la alcoholemia, que es «presencia de alcohol en la sangre»– está definido por la Real Academia como el «abuso de bebidas alcohólicas» y, en su segunda acepción, como una «enfermedad ocasionada por tal abuso».

Por tanto, invoquemos para los alcohólicos, como desde hace años hace la conocida asociación Alcohólicos Anónimos, su condición de personas enfermas. Lo mismo para con las personas cuya estabilidad intelectual o física ha resultado dañada como consecuencia del abuso en el consumo de otra droga.

Una **persona alcohólica**, como una **drogodependiente**, no es necesariamente un germen de delincuencia. Lo puede ser un ingeniero agrónomo que nunca ha bebido ni siquiera ha inhalado el humo de un cigarrillo. No empleemos nunca expresiones del tipo «borracho», «bebido» –en un sentido despectivo. En noticias de sucesos, mejor que «dos jóvenes borrachos agredieron a...», escribiremos «dos jóvenes **ebrios** agredieron a...». Aunque el alcohol también es considerado una droga, la expresión drogadicción está más ligada al consumo de estupefacientes. Al consumidor de sustancias como cocaína, heroína, pastillas, etcétera califiquémoslo como **persona con problema de dro-**

**godependencia**, **drogodependiente**, pero nunca como «drogata», «yonqui», «cocainómano», «heroinómano», «pastillero», etcétera.

En el I Foro Jóvenes, Drogas y Comunicación, impulsado por la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), se fijó, entre otras propuestas, la de evitar asociaciones entre la palabra «droga» y otras como «joven», «clase dirigente», «marginado», «inadaptado» o «rebelde». «Son modos de dar carta de naturaleza, de legitimar el consumo de drogas en virtud de la pertenencia a un estrato, condición o categoría social», se explica en la guía resultante de aquel encuentro, en la que se subraya que estamos frente a un problema de salud. En otro apartado, que por su interés también reflejamos aquí, se apuesta por «atemperar el hábito de centrar una información en datos y cifras, olvidando que tras las cifras hay personas». Como se aprecia, la persona, el valor de la persona con que titulábamos un capítulo anterior, se presenta como un concepto clave, de respeto, de comprensión en algunos casos, que no debemos olvidar en el ejercicio de nuestra profesión. Subrayemos, más que un juego de palabras, esta regla de oro: los periodistas son personas que suelen hablar o escribir de personas para otras personas.

También el juego, en sus extremos, se considera una grave adicción, como bien expresa el término **ludopatía**, y **ludópatas** o **personas con problemas de juego patológico** para referirse a los afectados. El tabaquismo no altera el comportamiento de una persona como lo hacen otras sustancias de consumo común, como el alcohol, pero también es consecuencia de graves enfermedades a lo largo del tiempo.

## 2.10. Prostitución

Aunque parezca innecesario, no está de más recordar que la prostitución es una actividad a la que se dedica la persona que mantiene relaciones sexuales con otra a cambio de dinero, sea hombre o mujer. «Prostituta», «puta», «ramera» o «mujer pública» son las definiciones admitidas por la Real Academia para la mujer que se prostituye. Es más difícil hallar definiciones igualmente precisas para el hombre que se prostituye. Normalmente, en este entorno, nos acercamos al género masculino como «proxeneta», «chulo» o «rufián», esto es, persona que «vive de», que explota, obliga, esclaviza o trafica con la mujer que se prostituye. Para lo que nos concierne, el lenguaje periodístico vinculado a lo social, resulta poco operativo el vocablo francés «gigoló», joven prostituto que es mantenido por una mujer de más edad.

En Servimedia, usaremos, por regla general, los términos **prostituto** o **prostituta**, según el caso. A lo largo del texto, podemos referirnos a las **personas que ejercen la prostitución**, válido para ambos géneros. El término **trabajador**

o **trabajadora sexual** lo utilizaremos en el caso de que colectivos o grupos de personas lo reclamen como autodenominación y sólo para aquellas personas que se incluyan explícitamente en esa reivindicación, alentadas por la regulación laboral de esta actividad que existe en algún país europeo. El resto de expresiones mencionadas conllevan cierta connotación despectiva.

El sustantivo prostitución está ampliamente aceptado, sobre todo entre las personas interesadas y siempre que no medie obligación en su ejercicio, en un marco de respeto por dicha actividad, hasta el punto de que comisiones parlamentarias en las Cortes Generales son llamadas de la Prostitución con absoluta normalidad. Feo resultaría, por la connotación antes mencionada, denominar una de estas reuniones Ponencia o Comisión del Puterío, o cosas peores.

Parece broma, pero no lo es. Particularmente cuando el mundo de la prostitución gira, en demasiadas ocasiones, en torno a un submundo repleto de mafias, coacciones, agresiones, etcétera, que afecta, sobremanera, a las mujeres. En estos casos, habría que referirse a **mujeres prostituidas** o **tráfico de mujeres**. Otro término que nos parece aceptable es **esclavitud sexual**.

En este ámbito, seamos cuidadosos ante el riesgo de vincular informativamente más de la cuenta, o en un contexto estrafalario, el fenómeno de la inmigración y de la prostitución, que, existiendo como existe, debemos afrontar como un problema social, de seguridad ciudadana para quienes son víctimas por ser obligadas a ejercer tal función, y, en el resto de casos, desde el respeto a quienes libremente deciden optar por esta común, como tantas otras, «relación económica», como prefieren decir diversas organizaciones de defensa de los prostitutos y prostitutas. Tampoco olvidemos que esta práctica, para muchos, atenta contra la dignidad del hombre o de la mujer.

Haremos un uso restringido de la palabra **chapero**, que, según la Real Academia, define al «homosexual masculino que ejerce la prostitución». Escribiremos **local de alterne**, **club de alterne**, **prostíbulo** o **burdel** por «casas de mancebía», «casa (o club) de putas» o «casa de lenocinio». Tampoco resulta apropiado «salón de masaje» por confuso.

## 2.11. Menores

El Consejo Deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) fija como uno de sus principios generales el que «se prestará especial atención al tratamiento (informativo) de asuntos que afecten a la infancia y a la juventud y se respetará el derecho a la intimidad de los menores». En Servimedia establecemos que **un menor va desde un recién nacido hasta un joven de 18 años**. Desde el primer año de edad hasta los 12 serán niños/as

y, entre los 13 y los 18, jóvenes o adolescentes. Es, en todo caso, una regla abierta, en la que aplicaremos el sentido común, puesto que joven también lo es alguien que tiene 28 años, pero quizá no tanto quien calce los 39, aunque a él le parezca que sí: más que joven, estamos hablando de un adulto. Si inmigrantes, prostitutas, personas adictas, etcétera, merecen toda nuestra atención, cuando no el mayor de los respetos en el tratamiento de informaciones en las que sean protagonistas, principales o colaterales, en el caso de menores la exigencia debe ser aún mayor.

La sensibilidad debe acentuarse al abordar noticias en las que un menor es protagonista, tanto si es por un hecho feliz como por todo lo contrario. El menor que delinque, sea cual fuere la gravedad de la acción de la que se le acusa, exige de nosotros el mismo respeto que otro que por razón de su popularidad –por ser cantante, por obtener un premio o ser el estudiante del año– llama nuestra atención informativa.

Especial tratamiento recibirá el menor cuando sea protagonista informativo en condición de víctima de abusos sexuales. La **pederastia** es una práctica perseguida y penada, que en los últimos tiempos adquiere singular relevancia en relación con las nuevas tecnologías.

Las publicaciones y ediciones digitales de Servimedia **se abstendrán de difundir imágenes** de menores violentados, a excepción de aquéllas que hayan sido suministradas por la Policía, y por tanto filtradas, en actuaciones policiales contra este fenómeno. Aun en este caso, serán los responsables de estas áreas informativas y la dirección quienes tomen una decisión final al respecto. Otro tanto aplicaremos con imágenes en las que un menor es golpeado por otro u otros, en el ámbito de lo que llamamos **acoso escolar**, mejor que «*bullying*», expresión anglosajona.

Huelga decir que en la redacción de textos vinculados con la pederastia, fenómeno delictivo y degradante hacia el menor como pocos, el periodista eliminará del relato aquellos aspectos más controvertidos, escabrosos o morbosos, que en la mayoría de las ocasiones poco o nada aportan. De igual modo, cuando el menor sea víctima de las redes de prostitución, **explotación sexual infantil**, o del desafortunadamente llamado «turismo sexual». La seguridad del menor, su identidad y entorno, serán siempre respetados escrupulosamente.

## 2.12. Malos tratos

De los malos tratos podemos ser víctimas todos y todas, aunque convendremos que, atendiendo a las estadísticas, mujeres, niños o niñas y personas mayores son las principales víctimas. De un tiempo a esta parte se han acuñado expresiones

como **violencia de género**, **violencia doméstica**, **violencia en el ámbito familiar** o **malos tratos** para definir el maltrato generalizado a hombres y mujeres, y, por ser estas últimas las que representan, de acuerdo con el número de denuncias y casos conocidos, el mayor número de víctimas, «violencia machista». Sobre este particular, y como queda recogido en la exposición de motivos de la LEY ORGÁNICA 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. (BOE núm. 313, de 29 de diciembre de 2004), debemos tener en cuenta que la violencia de género no es un problema de ámbito privado, sino que se «manifiesta como el símbolo más brutal de la desigualdad existente en nuestra sociedad. Se trata de una violencia que se dirige sobre las mujeres por el hecho mismo de serlo, por ser consideradas, por sus agresores, carentes de los derechos mínimos de libertad, respeto y capacidad de decisión», quebrantando los derechos fundamentales y principios básicos de igualdad incluidos en la Constitución Española.

Incluye, por tanto, no sólo la violencia que sufren las mujeres en el ámbito doméstico o afectivo, sino también la que padecen en los ámbitos laboral (acoso sexual) y social (agresiones sexuales, tráfico con fines de explotación sexual y mutilaciones genitales). Considera víctimas no sólo a las mujeres, sino también a sus hijos e hijas y a otras personas dependientes de la mujer cuando se las agreda para causar perjuicio a ésta.

La **violencia doméstica** es la que se lleva a cabo en el ámbito doméstico (por ejemplo, la violencia ejercida sobre personas mayores). La **violencia en el ámbito familiar** es la que se da entre las personas que tienen un vínculo relacional familiar (por ejemplo, la violencia ejercida por adolescentes hacia padres). **Malos tratos** es cualquier acción que produce daño visible o no en una persona a nivel individual, social o relacional (por ejemplo, malos tratos xenófobos). Por todo ello, hay matices que, en algunas ocasiones, hacen necesaria la distinción de los términos. El machismo es un conjunto de actitudes, prácticas y conductas sociales heredadas de generación en generación basadas en el control de los hombres sobre las mujeres. Por ello, sumamos el término **violencia machista** como una más de las definiciones que pueden usarse, por ser mayoría el número de mujeres que son víctimas de malos tratos. Nunca, en contraposición a violencia machista, usemos la expresión «violencia feminista», si acaso «violencia hembrista» (cuando el hombre sea la víctima). ¿Por qué no violencia feminista? Porque el feminismo es otra cosa: se trata de una corriente ideológica y social que nace a finales del siglo XIX en Occidente y que persigue la igualdad entre hombres y mujeres, realizando una crítica a la desigualdad social entre géneros.

En Servimedia nos ajustaremos en cada caso a las expresiones que nos permitan definir mejor este fenómeno social y sus características o connotaciones diversas. No corresponde al periodista enjuiciar un hecho determinado,

tan sólo informar de ello con la mayor objetividad posible, pero con respecto a éste, como en el resto de apartados que aquí se explican, no está de más recordar que la víctima, en todos los casos, será la protagonista principal frente a aspectos más o menos morbosos que rodeen tanto la acción como su presunto autor.

## 2.13. Personas sin hogar

Es cada vez más usual, tanto en el lenguaje político como periodístico, definir a las personas que viven en la vía pública como los «sin techo». Se trata, imaginamos, de que suenan peor otros términos como **mendigos**, **indigentes**, **vagabundos**, no pocos de ellos inmigrantes encuadrados en el llamado **síndrome de Ulises**. A nosotros no nos parece así, y por ello, sin descartar el uso de «sin techo», seguiremos empleando los citados con naturalidad y también **personas sin hogar**, pese a que no deja de ser una traducción del inglés «*homeless*», vocablo no del gusto de todos, pero tampoco ofensivo.

Lo que no nos parece adecuado, y es práctica que se va extendiendo, es el uso periodístico de PSH, siglas de personas sin hogar, al estilo del francés SDF, «*sansdomicilie-fixe*» (sin domicilio fijo). Llegará un momento en que nos encontraremos ante un titular tan rocambolesco como éste: «Hallan 207 PSH resguardados bajo carpas de PVC». Porque, además, corremos el riesgo de identificar en el futuro también de este modo a los PCD (personas con discapacidad), EDC (enfermos de cáncer) o PTB (personas de talla baja). **No empleemos siglas para referirnos a personas**.

La cuestión no es tanto cómo definimos a estas personas como el contexto en que las situemos en una información. En ningún caso nos veremos tentados a hacer un juicio de valor sobre su modo de vida, que no es siempre libremente elegido, y al que se ven abocados forzosamente muchos por causas derivadas de determinadas dependencias, como del alcohol o las drogas, por pobreza absoluta, problemas familiares, inmigración ilegal o trastorno intelectual. Que no dé la impresión, ni remota, de que la agresión de que puede ser víctima un mendigo es, de algún modo, resultado de su forma de vivir.

Como mendigos asemejan vivir, aunque con domicilio propio, algunas personas afectadas del llamado **síndrome de Diógenes**, que no son conscientes de los riesgos que conlleva la acumulación de basuras en sus viviendas. Estamos claramente ante un caso de trastorno mental, y como tal habrá de ser afrontado desde el punto de vista periodístico, esto es, sin estridencias.

## 2.14. Personas mayores

Antepondremos el uso del término **personas mayores** o **personas de edad avanzada** para referirnos a hombres y mujeres con edades desde 65 años, a otros como «ancianos» o «viejos». La expresión «tercera edad» debe quedar en desuso, pues tampoco corresponde a un estadio de la vida de una persona que está precedida por una inexistente primera o segunda edad. Parece ligar con la de «tercer mundo», que emparenta en nuestro subconsciente con algo o alguien inferior.

## 2.15. Salud y ciencia

La salud ha importado siempre a las personas, y éstas, además de acudir al médico, leen sobre cómo sentirse mejor, sobreponerse a una afección concreta, prevenir otras, conocer los últimos avances en materia de investigación. Y mucha de esa información la ofrece la prensa en su conjunto. En 2007 se celebró el I Foro Internacional de Periodismo Sanitario, organizado por la Asociación Nacional de Informadores de la Salud (ANIS), la Consejería de Sanidad del Gobierno de Canarias, el Ministerio de Sanidad y Laboratorios MSD. «Responsabilidad a la hora de comunicar temas de salud, transparencia por parte de los poderes públicos y rigor informativo» fueron las tres ideas concluyentes principales.De igual modo, en este encuentro se destacó el papel esencial de los medios de comunicación como puente entre la sociedad y las administraciones públicas, no sólo para difundir las pautas sobre políticas sanitarias, sino también para contribuir a la prevención de patologías.

En Servimedia, por nuestra condición social, términos como salud, sanidad, medicina, investigación o enfermedad son habituales en nuestro servicio de distribución de noticias. A nadie escapa que en los últimos años se ha producido un incremento sustancial de las informaciones sobre salud, aumentando el número de cabeceras y programas dedicados a la sanidad así como el número de sus seguidores. Crece exponencialmente la demanda de este tipo de noticias por parte de los clientes y del público en general, que cada día reclaman más información especializada y rigurosa de aquello que más les importa: la salud. Este incremento de los contenidos sanitarios también tiene su reflejo en Internet, donde se ha producido un aumento sorprendente del número de consultas sobre este tema. Y es que, conscientes del potencial de la red, asociaciones de pacientes, instituciones, industria farmacéutica y profesionales sanitarios, se han sumado a las nuevas tecnologías, de manera

que se ha producido en los últimos años un verdadero «*boom*» de páginas con información sanitaria.

Sin embargo, y a pesar de que cada vez más los medios de comunicación dedican generosos espacios a este tema, la calidad y el interés de éstos suele ser desigual. Es innegable que el balance final es positivo, pero surge la duda de si, con el mismo esfuerzo, se podrían obtener mejores resultados. La Asociación de Informadores de Salud (ANIS) ha editado un decálogo, una serie de recomendaciones, que Servimedia hace suyas, con la clara conciencia de que son los periodistas especializados quienes pueden ejercer correctamente el trabajo de comunicar a los ciudadanos la información sanitaria. Trasladamos a continuación un resumen del documento:

-**Veracidad**. Identificar las fuentes informativas y contrastar las noticias. Evitar rumores e informaciones tendenciosas interesadas. Tener en cuenta que la noticia (la historia) tiene matices que requieren puntos de vista diferentes. Los periodistas deben tener presente que sus escritos, crónicas radiofónicas, vídeos o post, influyen en la audiencia y hacen que los ciudadanos tomen decisiones que repercuten en su propia salud.

-**Objetividad**. Distinguir lo que es información, hechos constatables, de lo que es opinión. Estar atento a los intereses de las fuentes (por ejemplo, estudios científicos) y su relación con quienes están detrás de un tratamiento terapéutico, una técnica (farmacéuticas, organismos públicos o privados). Los periodistas también somos personas. Nuestros intereses personales no pueden marcar la elección o enfoque de una noticia.

-**Profesionalidad**. Asegurar la calidad de la información. No esconder publicidad o propaganda en ella. Buscar opiniones autorizadas para contrastar datos. Uso profesional de vídeo-comunicados o notas de prensa como fuente de información. Buscar la información sin subterfugios, cámaras ocultas (es sumamente extraordinaria la justificación de estas grabaciones). Dar enfoques positivos y no sólo negativos o acusadores. Hacer seguimiento de las noticias de tal manera manera que si se habla de resultados positivos de un estudio y se demuestran negativos, también se hagan públicos éstos.

-**Credibilidad**. Fomentar el propio conocimiento en todo lo relacionado con la salud: procesos médicos, científicos. Precaución al dar resultados preliminares en un ensayo. Informar sobre lo positivo y también de lo negativo: no olvidarse de los efectos secundarios o problemas. Asegurarse de que los datos son verdaderos antes de hacerlos públicos.

-**Respeto**. No manipular imágenes, fotografías o testimonios. No obtenerlas sin consentimiento. No buscar el efecto dramático al contar una historia personal. No vulnerar la intimidad de las personas, colaboren o no en nuestra información. Tener especial sensibilidad y comprender los límites legales cuando la información afecte a niños, personas con discapacidad o personas vulnerables. No estigmatizar y tener en cuenta el impacto que una información tiene sobre un colectivo afectado.

-**Honestidad**. La verdad y el respeto a las libertades individuales deben ser nuestros objetivos. La realidad está por encima de cualquier ficción. Hay que usar un lenguaje sencillo y comprensible que traslade los mensajes al ciudadano. Huir de un lenguaje sensacionalista en el que las palabras clave son cura y milagro. Evitar la espectacularidad y las informaciones anecdóticas que no tienen un fundamento científico o médico y crear falsas expectativas en los receptores de la información.

-**Independencia**. Ejercer el derecho a la información sin aceptar sobornos, ni prebendas, ser observador imparcial. Las agendas de los organismos públicos y privados no deben dirigir nuestras agendas. La propia iniciativa debe ser una constante, a la búsqueda de temas que interesen a nuestras audiencias.

-**Autenticidad**. Siempre que se haga una referencia con nombre y apellidos hay que citar las fuentes, si no se nos ha informado invocando el «*off de record*» o la confidencialidad, en cuyo caso hay que respetarlo. Huir de la piratería, la copia o el plagio. Hay que dar siempre el link de acceso a la fuente originaria, si es pública. Mantener un espíritu crítico con el propio trabajo. A pesar de la especialización, el rigor, la objetividad y todas las características de que se debe rodear un periodista, podemos cometer errores. Y los errores al informar de salud o hábitos de vida saludables repercuten en miles o millones de personas.

-**Responsabilidad**. Acatar los Derechos Fundamentales reconocidos, no vulnerar la intimidad ni insultar, no ofender con calumnias ni injurias, no vulnerar el principio de presunción de inocencia, no hacer apología de las drogas, no hacer discriminación negativa ni racismo y evitar cualquier actividad o información que menoscabe la integridad personal o perjudique a inocentes, pacientes, periodistas, médicos, científicos o cualquier otra persona que este involucrada en el área de la salud.

En una Agencia de Noticias, como es Servimedia, hay que comprender que, debido a la inmediatez con la que trabajamos, los profesionales muchas

veces carecemos de tiempo suficiente para profundizar más en las noticias que abordamos y en ocasiones, las condiciones de trabajo no son las adecuadas. Eso no nos exime de responsabilidad ni nos sirve de excusa para llevar a cabo un trabajo poco riguroso. Simplemente, nos hace difícil cubrir toda la información que desearíamos, teniendo en cuenta que, en materia sanitaria, las cuestiones son numerosas y muy amplias.

Para intentar mejorar el tratamiento que damos a las informaciones sanitarias, haciendo que reflejen aún más las realidades de los temas abordados, acabando con falsos mitos y contribuyendo a una mayor y mejor información en materia sanitaria, siempre dentro de la ética, se podría hacer, entre otras cosas, mantener un contacto más continuo y fluido con nuestros informadores para que nos hagan llegar sus sugerencias y reclamaciones y nos trasmitan un mayor conocimiento sobre las distintas enfermedades, por ejemplo.

### 2.15.1. Investigación y biomedicina

En no pocas ocasiones, la complejidad de determinados conceptos obliga al redactor a hacer un esfuerzo especial por trasladar, con el rigor exigido, determinadas informaciones de difícil digestión para el lector común. La mayoría de las veces, el periodista transmite lo que un especialista le dice y éste, en ocasiones, olvida que determinadas expresiones, propias de la jerga en la que se desenvuelve con soltura, pueden ser para él moneda corriente, pero no para el resto de las personas, entre ellas el periodista, aunque éste esté especializado en la materia. En este caso, como en el resto de áreas informativas, el periodista debe aplicar las reglas básicas expuestas en el Capítulo 1 sobre Principios Generales de Redacción en lo concerniente a la obligación de no escribir de lo que no se entienda antes con claridad, de preguntar cualquier duda, por aparentemente nimia que parezca. No hay que olvidar que nuestro portavoz es el primer interesado en que la información que transmite llegue a su destino con la mayor claridad y sin perturbaciones fruto de la desidia o la mala interpretación de un concepto que no dominamos. Acudamos a un diccionario sobre salud y ciencia ante una duda o preguntemos en la rueda de prensa o durante la entrevista sobre un término, una idea, que no acabemos de entender.

### 2.15.2. Enfermos

Sobre el tratamiento informativo del enfermo, nada nuevo hay que decir a estas alturas en que se ha logrado desvincular a quienes padecen cáncer o sida, por

poner un ejemplo, del estigma social de «apestado» que les ha acompañado durante años. Sin embargo, prestemos especial cuidado cuando aludamos a informaciones en las que los inmigrantes son protagonistas por cuestiones vinculadas con la salud. Se trata de no errar al relacionar la reaparición o aumento de determinadas enfermedades, tan comunes como la varicela o el sarampión, con la presencia de personas inmigrantes en nuestras sociedades. No es difícil percibir que el rebrote de enfermedades víricas aparentemente erradicadas coincide en el tiempo con un aumento creciente de la llegada de personas procedentes de otros países.

En la elaboración de informaciones relacionadas con estadísticas, informes o declaraciones al respecto, tengamos presente que el inmigrante no trae consigo, por lo general, el virus en cuestión, sino que es en el país de acogida donde lo contrae al no disponer de las defensas adecuadas. También puede existir un sector de la población local que quedó excluido en un momento dado de las campañas generales de vacunación, lo que le sitúa a la misma altura que el inmigrante en cuanto a propagación. Es importante precisar al respecto por cuanto no pocos sectores estigmatizan a las personas inmigrantes, a quienes culpan de estos rebrotes, con la consecuencia social negativa que ello conlleva.

### 2.15.3. Enfermedades

En cuanto a reglas estilísticas, en Servimedia **escribiremos en minúscula el nombre de enfermedades**, como sida, párkinson, alzhéimer, etcétera, pero no cuando citemos asociaciones (Asociación Española de Enfermos de Alzhéimer), conmemoraciones (Día Mundial del Sida), descubridores (Parkinson) o nos refiramos a **síndrome de Down**, **mal de Parkinson**, etcétera. No olvidemos que el apellido Alzheimer no tiene tilde, pero sí la palabra alzhéimer, de acuerdo con las reglas de acentuación, como ocurre con párkinson, y no Parkinson. Así, enfermo de alzhéimer y enfermedad de Alzheimer. En el caso del sida, es ya palabra castellana, por lo que no es preciso usar las siglas SIDA. Respecto a otras dolencias cuya denominación termina en *-ejía*, por no haber una regla común señalamos aquí cómo han de escribirse las más conocidas respecto a su acentuación: Paraplejía o paraplejía; hemiplejía o hemiplejía; Apoplejía (siempre ha de llevar tilde)

No está de más recordar que cuando el Diccionario presenta dos formas de escribir una palabra, la primera es la que considera la Academia la más culta y normativa. Las palabras terminadas en *-odia*, *-fagia*, *-iasis*, *-cefalia* y *-oscopia* no llevan tilde. Por ejemplo: parodia, salmodia, antropofagia, aerofagia, elefantiasis, hidrocefalia, microcefalia, microscopia, radioscopia, rinoscopia.

Un error frecuente es confundir epidemia con pandemia, y viceversa. Para expresarlo de un modo sencillo, **pandemia** es una enfermedad epidémica que se extiende a muchos países mientras que **epidemia** es una enfermedad que se propaga durante algún tiempo por un país. Así, hablaríamos de una epidemia de varicela en el sur de España y de la pandemia de gripe aviar en Europa. Hablamos de **endemia** cuando una enfermedad persiste durante años en un lugar determinado. La **epizootia** es la epidemia entre animales.

## 2.16. Suicidio

No es el fin de este Libro de estilo entrar en disquisiciones morales o penales en torno al suicidio. En Servimedia, en lo que nos concierne, **no informaremos** del suicidio de personas. Será excepción aquel caso que tenga consecuencias graves sobre terceros o el interés informativo lo exija, siempre con carácter extraordinario, y en ningún caso sin que previamente medie prueba pública forense, policial o judicial, suficientemente acreditada e identificada, que lo fije, nunca como suposición. En caso como el señalado, la identidad de la víctima quedará reducida a las iniciales de su nombre y apellidos. Algunos sectores sociales apelan de buena fe a que el conocimiento público de un suicidio y, sobre todo, de las razones que pudieron conducir a él, pueden contribuir a evitar que se produzcan otros hechos por causas idénticas o similares. Esta opinión bienintencionada colisiona, en primer lugar, con la elección de cada individuo, siempre que no afecte a terceras personas o bienes, y, en segundo lugar, con la opinión generalizada de expertos médicos, policiales y judiciales sobre el inevitable, en la mayoría de los casos, efecto mimético y en cadena que generan hechos tan luctuosos como el que se aborda en este capítulo.

Para entender mejor la cuestión, no resulta prudente, para el fin que perseguimos, informar de la muerte de un adolescente que se ha arrojado a las vías del metro, pero sí inevitable, informativamente hablando, del suicidio de unos terroristas haciendo estallar un artefacto explosivo en una vía pública.

## 2.17. Medio ambiente

A veces, el redactor tiene dudas sobre cómo escribir esta palabra, si unida o separada. Hablaremos de que hay que proteger el **medio ambiente**, de que el **Ministerio de Medio Ambiente** aprobó... y de que hay un problema **medioambiental**.

El Protocolo de Kioto, el **calentamiento global**, el urbanismo más o menos desenfrenado, la energía nuclear, las energías renovables, el petróleo, el **cambio climático**, son términos a los que nos enfrentamos a diario los periodistas.

El desarrollo económico genera necesidades que, a veces, tienen consecuencias medioambientales. Sin abandonar nunca la objetividad que debe presidir el ejercicio de nuestra profesión, ante un tema tan sensible como el medioambiental no debemos abandonarnos a la complacencia en la que algunos sectores, sin duda parte interesada, nos quieran sumir. Aunque este principio es general y válido para cualquier área informativa. Por ello, todas las voces implicadas deben ocupar por igual nuestra atención, sean empresas constructoras, sean ecologistas, compañías energéticas o usuarios, etcétera.

El **desarrollo sostenible** es un término que acuñó la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas en 1987. Sostenible porque su objetivo es hacer compatible el desarrollo de la economía con el respeto al medio ambiente, proponiendo un consumo racional de los recursos naturales para asegurar su disponibilidad en el futuro. En este ámbito, son de uso habitual en el lenguaje periodístico términos como sostenibilidad ambiental o degradación medioambiental, y otros referidos a acuerdos internacionales como el Programa 2, la Carta de Aalborg o el Informe Brutland.

## 2.18. Responsabilidad social corporativa

Desde hace unos pocos años ha calado en el mundo empresarial el concepto de «responsabilidad social», por el que se integran en las estrategias de las empresas distintas políticas que permiten una interactuación de las compañías con el entorno en el que desarrollan sus procesos, respecto al medio ambiente, a los colectivos en riesgo de exclusión, a los derechos laborales o a la promoción de los derechos humanos.

Para este concepto, entendemos que se debe usar el término **responsabilidad social corporativa** o sus siglas **RSC**, pues se entiende que la responsabilidad social no sólo debe afectar a las empresas, sino también a las organizaciones sin ánimo de lucro, a las administraciones, es decir, a todo tipo de corporaciones. Este término engloba el gobierno corporativo, la acción social, la inversión socialmente responsable, la reputación corporativa, la responsabilidad corporativa y la responsabilidad social empresarial.

## 2.19. Periodismo ciudadano

El entorno web 2.0, o periodismo ciudadano, ya es una realidad. Prueba de ello es que este movimiento social en Internet ha llevado a los medios de comunicación tradicionales a revisar sus planteamientos académicos sobre las fuentes informativas pero, sobre todo, a ceder parte de su territorio al ciudadano, que encuentra en algunos enlaces un medio de expresión que va más lejos de las tradicionales cartas al director de los formatos de papel. No obstante, algunos expertos advierten ya que, al ofrecer al ciudadano de a pie un soporte en sus diarios digitales, en forma de blogs, chats, etcétera, ejercen, de algún modo, un control que, en su origen, el entorno web 2.0 trata de quebrar democratizando la información.

Servimedia no es ajeno al desarrollo de este nuevo modo de expresión informativa, que propicia en sus formatos digitales. Sin embargo, el debate sobre si es o no periodismo lo que un ciudadano traslade a la Red acaba de abrirse. Contrastar una información difundida en Internet debe considerarse una nueva tarea del periodista profesional. Si se quiere contar con la participación del ciudadano, por medio de sus textos e imágenes, el periodista debe extremar su celo para hacer cumplir la regla de oro del periodismo, que es contrastar los hechos. Este ya no es un problema de opinión, del que se responsabiliza su autor: hablamos de cooperar con el lector, de hacerle partícipe del proceso de construcción de la información, pero también de inducirle a ser responsable.

Como apunta David Cierco, director general para el Desarrollo de la Sociedad de la Información, las nuevas tecnologías «afectan a la cohesión social y a la creación de opinión», al tiempo que «la capacidad de comunicar está al alcance de todo el mundo gracias a los blogs y al periodismo digital», según nos recuerda el editor del blog «escolar.net», Ignacio Escolar. Partiendo de esta realidad, el medio de comunicación tradicional no sólo se ha visto forzado a sumarse a este movimiento colectivo, sino que, al darle entrada en sus ediciones digitales, se ve en la necesidad de ejercer, no tanto de censor, como de seleccionador y, si se permite, de contrastador. Porque, como apunta José Manuel Velasco, director de Comunicación de Unión Fenosa, «el periodismo ciudadano no es periodismo, porque no tiene el rigor, la estructura ni la credibilidad de fuentes que tiene el verdadero periodismo». Koro Castellano, gerente de «elmundo.es», refleja que «cualquier persona con un móvil en un momento concreto puede ser periodista», aunque subraya que «lo importante es que el medio pueda contrastar la credibilidad de la información que ofrece».

Y al contrastar lo que hace llegar un ciudadano a un medio convencional, ahora digital, «lo que en realidad nos encontramos es ante nuevos intermediarios (los medios)», lo que hace afirmar al investigador de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), Adolfo Estalella, que «no podemos pensar que Internet es un espacio público», pese a todo. ¿Hay que tamizar o no la información del ciudadano convertido en periodista eventual? Desde luego, si interesa al medio, esto es, si también interesa a todos, parece que la respuesta es sí. Se trataría de aplicar sin más el protocolo periodístico de afianzar las fuentes. En cualquier caso, parece imparable la web 2.0. Cualquier ciudadano puede construir su propio blog y lo que en él cuente es responsabilidad suya, pero los medios de comunicación tradicionales, al dar entrada a estas nuevas fuentes de información, deben apurar sus exigencias para que no afecten a su credibilidad. Es probable, como apunta el autor de *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*, Dan Gillmor, que el periodismo ciudadano, si se quiere incontrolado y poco fiable en algunos casos, sea una respuesta a cierto desencanto hacia el periodismo en su conjunto: «Hay que aprender a escuchar, ya que los periodistas no son buenos oyentes, sólo lo son con las personas de sus agendas».

## 2.20. Tercer sector

El tercer sector agrupa a las que conocemos como Organizaciones No Gubernamentales (ONG) que la ONU define como instituciones nacidas de la sociedad civil que apuestan por el desarrollo social, sin ánimo de lucro. Este fenómeno social parte de una premisa fundamental: el voluntariado. Los miembros de una ONG participan voluntariamente de las acciones que la institución ha decidido previamente desarrollar en campos diversos como la sanidad, la construcción, la educación, el medio ambiente o la defensa de los derechos humanos. Las ONG operan con recursos privados o públicos. En el primero de los casos lo hacen, fundamentalmente, por medio de donaciones externas y cuotas de sus miembros; en el segundo, con la ayuda pública de los Estados en forma de subvenciones con cargo a los Presupuestos Generales.

Siendo el Estado el primer sector y el mercado el segundo sector, el tercer sector es una apuesta civil por el desarrollo en las zonas del mundo menos favorecidas, pero también ejerce su labor en el ámbito local allá donde es preciso. Ejemplos conocidos de ONG con ramificaciones internacionales serían Médicos del Mundo, Cruz Roja, Greenpeace o Amnistía Internacional.

Con el tiempo, las ONG han reivindicado su carácter de organizaciones profesionales, formadas precisamente por profesionales en distintos ámbitos, con el

fin de atender en las mejores condiciones posibles las necesidades que se producían en un momento dado, en un lugar determinado. Así, a nadie es ajeno el papel destacado que desempeña el tercer sector en casos de catástrofes naturales con seres humanos como víctimas, siempre en colaboración con los servicios estatales del país en cuestión. Las ONGD, Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo, tratan específicamente de la cooperación internacional.

Para lo que nos concierne, casi podemos afirmar que el conjunto de las ONG son aliadas naturales del periodismo social. Así, Servimedia se hará eco de sus iniciativas y actividades, dando voz a sus protagonistas. Aunque no es tarea concreta de un medio de comunicación fiscalizar desde el ámbito jurídico las actuaciones de una institución, organismo, entidad, etcétera, como en este caso una ONG, pues ello corresponde a las autoridades competentes, tampoco la agencia de noticias eludirá su obligación de informar de las acciones que éstas puedan emprender contra aquéllas, como en cualquier otro caso.

## Publicaciones

Aroca, Juan (1997): *Diccionario de atentados contra el idioma español*, Madrid: Ediciones del Prado.

Cytrynblum, Alicia (2004): *Periodismo social: una nueva disciplina*, Buenos Aires (Argentina): La Crujía.

De Arístegui, Gustavo (2004): *El islamismo contra el islam*, Barcelona: Ediciones B.

Escarpanter, José (1997): *Eso no se escribe así: los 1.000 errores más frecuentes en español*, Madrid: Playor.

Esteve Ramírez, Francisco (1997): *Estudios sobre información periodística especializada*, Valencia: Fundación Universitaria San Pablo-CEU.

Esteve Ramírez, Francisco (1993): *Fundamentos de la formación periodística especializada*, Madrid: Síntesis.

Fernández Del Moral, Javier (1999): *Áreas de especialización periodística*, Madrid: Fragua.

Fernández Del Moral, Javier (2004): *Periodismo especializado*, Barcelona: Ariel.

Gómez De Liaño, F. (2001): *Diccionario jurídico*, Oviedo: Forum.

Gómez Torrego, Leonardo (2002): *Manual de español correcto*, Madrid: Arco Libros.

Grijelmo, Álex (2002): *El estilo del periodista*, Madrid: Taurus.

Grijelmo, Álex (2006) *La gramática descomplicada*, Madrid: Círculo de Lectores-Santillana Ediciones.

Lázaro Carreter, Fernando (2003): *El nuevo dardo en la palabra*, Madrid: Aguilar.

Lewis, Bernard (2004): *El lenguaje político del islam*, Madrid: Taurus.
Luque Calderón, José (2007): *Crónicas del español urgente. 'Luquesinas'*, Madrid: Ediciones de Cultura Hispana-AECI.
Martínez Albertos, José Luis (1989): *El lenguaje periodístico*, Madrid: Thomson Paraninfo.
Núñez Ladeveze, Luis (1993): *Métodos de redacción periodística y fundamentos del estilo*, Madrid: Síntesis.
Quesada Pérez, Montserrat (1998): *Periodismo especializado*, Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.
Ramoneda, Arturo (1998): *Manual de estilo: guía práctica para escribir mejor*, Madrid: Alianza.
Real Academia Española (2005): *Diccionario panhispánico de dudas*, Madrid: Santillana.
Real Academia Española (2001): *Diccionario de la lengua española*, 22.ª ed., Madrid: Espasa-Calpe.
Rodríguez Tapia, Ana (2005): *Ortografía práctica*, Madrid: Grupo Unisón Producciones.
Sánchez De Amo, Antonio y Susana Marqués (2002): *Cómo mejorar la comunicación sobre discapacidad*, Madrid: Real Patronato sobre Discapacidad.
Sarmiento, Ramón y Fernando Vilches (2004): *Lengua española y comunicación*; Madrid: SGEL.
Seco, Manuel (1998): *Diccionario de dudas y dificultades de la lengua española*, Pozuelo de Alarcón: Espasa-Calpe.

## Otras fuentes

Asociación Nacional de Informadores de Salud (ANIS).
Código Deontológico De La Fape (1993).
Conclusiones del I Foro Jóvenes, Drogas y Comunicación, Fundación de Ayuda contra la Drogadicción, 2005.
CURSO *Periodismo social, comunicación y nuevas tecnologías (Universidad Complutense de Madrid / Servimedia)*, San Lorenzo de El Escorial, 2007.
Declaración de Salamanca, *I Congreso Periodismo y Discapacidad*, 2004.
Entrevista a Julián Barriga Bravo, periodista y ex director general de Servimedia, Entrevista en http://www.elmundo.es, 2003.
Salud Mental y Medios de Comunicación, *Manual para entidades*, Feafes, 2003.
I Foro Internacional de Periodismo Sanitario, Las Palmas de Gran Canaria, 2007.

Santiago Alcoba (coord.), Ramón Sarmiento, José Manuel Pérez Tornero *et al.*; ed. Margarita Freixas, María J. Machuca y José María Perceval, Barcelona, 2009. Publicación electrónica en http://mediamentor.org/es/publications
ISBN: 978 - 84 - 692 - 3369 - 6

# INFORMACIÓN Y GÉNERO: LA REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES EN LA PRENSA. DIAGNÓSTICO Y PROPUESTAS

Núria Simelio Solà
*Universitat Autònoma de Barcelona*

## 1. Introducción

Los resultados de varias investigaciones realizadas por el grupo de investigación consolidado *Mujeres y Cultura de Masas* del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la UAB, dirigido por la Dra. Núria Simelio Solà, han puesto de manifiesto que en la prensa de información general, desde la transición, persisten rutinas de construcción de noticias y formas de enfocar y tratar la realidad que impiden dar cuenta de importantes transformaciones sociales ocurridas a partir de los inicios de la democracia.

En las últimas décadas se han producido cambios sociales decisivos. La Constitución de 1978 restableció el papel activo de la ciudadanía al reconocer los derechos políticos al conjunto de mujeres y hombres adultos. La democracia ha favorecido también que las mujeres hayan abandonado el papel supeditado a los hombres dentro del hogar, que la dictadura trató de preservar, y se hayan incorporado ampliamente a las actividades públicas laborales, profesionales, políticas y culturales.

A la vez, la construcción de la Unión Europea y la globalización han facilitado la circulación de personas y mercancías por todo el planeta de manera que en cualquier ciudad convive hoy una ciudadanía cada vez más plural.

En este artículo explicaremos como los periódicos de información general no han reflejado la incorporación de las mujeres a la actividad pública y como tampoco han colaborado a mostrar este cambio como positivo. Por tanto, han fomentado que mujeres y hombres no asumieran su papel activo como sujetos con derechos políticos y no han hecho visible a la ciudadanía plural para apoyar el reconocimiento de los derechos básicos civiles y políticos al conjunto de la sociedad.

Después de exponer este diagnóstico, realizaremos propuestas de estilo y producción de noticias para fomentar que los periódicos muestren de forma positiva una sociedad con igualdad de oportunidades.

## 2. Diagnóstico del problema. La representación de las mujeres en la prensa

El análisis de los medios de comunicación desde las perspectivas del discurso de género y de la diferencia sexual sigue ofreciendo propuestas que enriquecen la discusión abierta sobre este tema y que muestran que en el siglo XXI sigue sin estar resuelto el problema de la discriminación por razones de género en la producción de las noticias.

En relación a la representación de mujeres y hombres en los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) el proyecto *Global Media Monitoring Project* (GMMP) es la investigación sobre género y medios de comunicación más extensiva que se ha realizado hasta el momento. La idea de este proyecto fue concebida por Beijing, en el congreso internacional *Women Empowering Communication* realizado en Bangkok en 1994, y organizado por la WACC, en asociación con la *International Women's Tribune Centre* de Nueva York, Isis-Manila. (Gallagher, 2005, pp. 10). Cinco años más tarde, en febrero de 2002, se realizó un segundo estudio global, y un tercero en febrero de 2005.

El reciente *Global Media Monitoring* (Gallagher, 2005) demuestra una subrepresentación de las mujeres en los medios, con sólo el 21% de las mujeres como protagonistas de las informaciones, las personas que son entrevistadas, o las personas enfocadas por las noticias. Si comparamos la relación de mujeres políticas en el mundo (49%) con el hecho, de que sólo el 13% de los políticos enfocados en las noticias son mujeres, los resultados aún son peores: «Hasta en las noticias que afectan profundamente a las mujeres, como las que se relacionan con la violencia de género, es la voz del hombre (64% de sujetos en las noticias) la que prevalece» afirma Gallagher (2005, pp. 17).

Por otro lado, en las noticias sobre temas que afectan por igual a los dos sexos: accidentes, crímenes o guerras, las mujeres son desproporcionadamente

representadas como víctimas. Por el contrario, las noticias que afectan particularmente a las mujeres como la violencia sexual o la violencia doméstica reciben muy poca cobertura mediática. (Gallagher 2005, pp. 18).

Otras investigaciones más específicas como las realizadas por Marian Meyers (1997) establecen el tratamiento diferente que reciben las mujeres víctimas y los hombres perpetradores en los medios de comunicación, y la reconstrucción del sistema patriarcal en las informaciones sobre violencia de género. La autora afirma que en las informaciones mediáticas sobre la violencia contra las mujeres converge una ideología que parte de la supremacía de los hombres blancos. (Meyers 1997, pp. 119). Los periodistas han sido socializados dentro de las estructuras e ideologías patriarcales que todavía subsisten. Al analizar las representaciones de violencia doméstica en las informaciones, los tópicos periodísticos se mezclan con los nuevos valores y códigos. En este sentido, la representación en los medios de la violencia doméstica masculina suele enfocar a los hombres perpetradores como «monstruos», «obsesivos patológicos» o «hombres que no pueden resistir sus impulsos» (Meyers, 1997). Las mujeres víctimas son enfocadas como «incapaces» o «débiles» y en algunos casos se las acusa de su propia victimización (Meyers, 1997). La dicotomía entre las representaciones opuestas de «virgen-prostituta» o «buena mujer-mala mujer» y los mitos sobre «las mujeres provocando la violencia de los hombres o comportándose de forma inapropiada» demuestra estas ideologías patriarcales. El rechazo de los medios de comunicación y de los periodistas a contextualizar la información en relación a la naturaleza sistémica de la violencia contra las mujeres comporta la reconstrucción de estos estereotipos y los efectos de re-victimación y oscurecimiento del sistema de la violencia contra las mujeres.

## 2.1. La representación de las relaciones entre mujeres y hombres en la prensa de información general española

A resultados similares hemos llegado en las investigaciones desarrolladas en el marco del proyecto de investigación I+D sobre *La representación de las relaciones entre mujeres y hombres y del recambio generacional, entre 1974-2004*,[1] realizado entre 2001 y 2004, financiado por el Instituto de la Mujer, del que se han derivado tesinas y tesis doctorales.

[1] Esta investigación fue dirigida por Amparo Moreno Sardá y realizada por las profesoras y profesores Natividad Abril, Isabel Alonso, Manuel López, Núria Simelio y M.ª Soledad Vargas y las doctorandas y doctorandos Alfonso Buitrago, Patricia L. Gómez, Gloria Quinayas y Florencia Rovetto. Proyecto I+D+I Nº 7/01. Los resultados se han publicado en diversos artículos citados en la bibliografía.

Así, en su Tesis Doctoral sobre *Prensa de información general durante la transición política (1974-1984): pervivencias y cambios en la representación de las relaciones sociales*, Simelio (2007) analizó todas las unidades comunicativas de 11 ejemplares completos de 4 diarios de información general, publicados en 1974, 79 y 84. La muestra la constituyeron 3.298 unidades comunicativas (UC) a partir de 121 variables. Estas UC se distribuyeron en *El País* (425), *La Vanguardia* (970), *El Correo Español* (794) y *ABC* (1109). El total de datos registrados fue de 399.058.

Los diarios analizados enfocaron preferentemente en sus informaciones a un reducido número de varones adultos, blancos y de clase dominante que negociaban entre ellos los cambios y las permanencias del nuevo sistema político y operaban en los escenarios centrales del poder político, económico y cultural. La presencia de las mujeres es ínfima, al igual que la de los protagonistas anónimos que forman parte de la sociedad civil y que sólo reciben atención como víctimas, criminales o sujetos pacientes.

Los resultados de esta investigación mostraron como la mirada informativa ha mantenido una preferencia hacia los actores institucionales, y una reducción del interés por la ciudadanía plural. Además, este retroceso en el enfoque de los protagonistas humanos afecta principalmente a las mujeres y a los colectivos que forman parte de la sociedad civil. Contrariamente, la atención hacia los varones identificados ha permanecido estable.

La presencia de mujeres en estos periódicos es siempre inferior al 6% de la superficie redaccional. Estas son enfocadas principalmente cuando realizan actividades artísticas y deportivas, como víctimas, delincuentes o «señoras de» y son mostradas principalmente como agentes pasivas y receptoras de acciones muchas veces negativas. Además, se hacen calificaciones sobre sus características personales, como la simpatía o la belleza, y no aparecen como representantes públicas.

Los varones más enfocados son los jefes de estado y miembros del gobierno español y las acciones que realizan son mayoritariamente positivas. Aparecen designados como los gestores del cambio político al tiempo que se minimiza la atención hacia las transformaciones sociales. Los actores políticos y gubernamentales aparecen en aproximadamente el 60% de las informaciones. Por tanto, la abundancia de nombres de varones adultos contrasta con la escasez de nombres de mujeres, como si a lo largo de esos años no se hubieran incorporado a las mismas profesiones, como si la actividad pública continuara siendo un reducto exclusivamente viril.

Al mismo tiempo, hemos visto como esta mirada informativa se ha «deshumanizado», es decir ha pasado de centrarse en las personas como protagonistas a enfocar principalmente instituciones, entidades y datos abstractos.

Además, la atención prestada a los protagonistas «no humanos» ha afectado especialmente a las mujeres y a los colectivos que no participan del poder, lo cual significa que esta deshumanización ha acentuado una mirada androcéntrica restrictiva: menor atención hacia las mujeres y la mayoría de la población no identificada individualmente.

La deshumanización provoca un distanciamiento de las decisiones políticas de la mayoría de la población cuya capacidad de intervención y de participación aparece reducida. Menos del 15 % del espacio (superficie redaccional) es dedicado a las mujeres, jóvenes, niños y niñas, extranjeros y a las instituciones o entidades que forman parte de la clase trabajadora y la sociedad civil.

Por tanto, podemos afirmar que la prensa de información general no reflejó las transformaciones que se sucedieron en la transición y la democracia, que significaron la recuperación del pleno derecho de ciudadanía para las mujeres y otros colectivos marginados durante el franquismo. El periodo de transición es básico en término de transformaciones sociales entre hombres y mujeres. Durante la dictadura no estaba reconocida la igualdad legal entre sexos que se formuló en la constitución española en 1978. En esta etapa se despenalizaron los anticonceptivos, el divorcio, el adulterio y en algunos aspectos el aborto que significan cambios trascendentales para la vida de la población española.

Al resistirse a dar cuenta de estos cambios, podemos pensar que la prensa actuó como freno a pesar de que la sociedad y la legislación enfrentaban transformaciones radicales. Por tanto, no resulta tan lógico atribuir un valor superior y una mayor credibilidad a la prensa considerada de información general.

Las mujeres identificadas constituyen un repertorio muy reducido en el enfoque de los diarios analizados, pero precisamente por esto, es significativo que nos detengamos a analizar quienes son estas mujeres.

Resulta significativo que en los ejemplares analizados de las cuatro cabeceras se enfoque a las mujeres principalmente cuando realizan actividades artísticas y deportivas, como víctimas, delincuentes o «señoras de». Son mostradas como agentes pasivos y receptores de acciones muchas veces negativas, o en las que no suelen ser enfocados los protagonistas masculinos, como tener hijos. Además, se hacen calificaciones sobre sus características personales, como la simpatía o la belleza. No aparecen como representantes públicas de las diferentes actividades sociales, y se las relega a la vida privada.

Por tanto, las mujeres identificadas con nombre y apellidos no tienen acceso ni presencia en los ejemplares analizados, ya que en el conjunto de ejemplares analizados representan menos del 6% de las protagonistas de las informaciones. Si tenemos en cuenta que las mujeres como colectivo representan algo

más del 50% de la población, los resultados muestran que la prensa de información general no ha reflejado las transformaciones que se sucedieron durante la transición y la democracia que significaron la recuperación del pleno derecho de ciudadanía para las mujeres.

Los resultados de este estudio coinciden con los obtenidos en otras investigaciones sobre muestras más recientes, realizadas a partir de la elaboración de la *Guía para humanizar la información*, un proyecto financiado por el Institut Català de les Dones (2005).

En este proyecto se simplificó la metodología aplicada en las anteriores investigaciones que derivó en la construcción del TEST ADSH: una herramienta de evaluación fácil de utilizar por parte de cualquier persona, sea profesional o lectora. El test se resume en «5Q's», un cuestionario que permite recopilar datos para responder a cinco preguntas básicas: *quién* enfoca, a *quién*, en *qué* actuaciones, en *qué* escenarios y utilizando *qué* fuentes. Una apuesta decidida por identificar claramente a los protagonistas de la información y los contextos en los que son presentados, en cuanto son las personas quiénes deberían estar en el centro de la información.

Estas preguntas permiten examinar a qué mujeres y hombres se enfoca y se presenta como protagonistas de las informaciones, y qué valoraciones merecen, positivas o negativas, como sujetos activos o pasivos. Por tanto, no preguntamos sólo por las mujeres, o el género, sino por el conjunto de la ciudadanía plural y no centramos la atención en los temas o la agenda, sino en el tratamiento de las personas en su diversidad.

En la *Guía para humanizar la información*, (2007) aplicando el *Test ADSH*, se analizaron los titulares de las noticias de portada y contraportada del *ABC*, *La Vanguardia*, *El País* y *El Periódico de Cataluña* del primer viernes de febrero de 1984, 1994 y 2004 y los titulares del mismo día de 2004 de los diarios El Punt, 20 Minutos y Metro Directe.

Si profundizamos en los datos, vemos que solamente aparecen cuatro mujeres en *El País* de 1984; ninguna en las cabeceras analizadas de 1994; una mujer en las portadas del *ABC* y *La Vanguardia* de 2004, dos mujeres en *El Punt*, cuatro en el *20 Minutos*, una en *El País* y una en *El Periódico* de 2004.

Por el contrario, aparecen un total de 15 hombres en los ejemplares de *La Vanguardia*, *El Periódico*, *El País* y el *ABC* de 1984; 18 en 1994 y 9 en 2004. Además, aparecen 14 hombres en los ejemplares de *El Punt*, *20 Minutos* y *Metro Directe*. Así mismo, las entidades, instituciones, cosas y datos abstractos acaparan el protagonismo en más de un 60% en 1984, en un 64% en 1994 y un 65% y un 56% en 2004.

En el marco de esta investigación Florencia Rovetto Gonem (2007), profundizó en la aplicación de esta metodología en su tesina de doctorado *La*

*representación del trabajo de las mujeres en la prensa*[2]. Esta investigación se centró en el análisis de la representación del trabajo de las mujeres en la prensa como construcción simbólica de la realidad. Se realizó un análisis crítico de las informaciones que hacen referencia a las mujeres y a su trabajo, como una posible vía para aproximarse a las formas de organización laboral y funcionamiento social, y a los cambios que se han producido en los últimos treinta años en la sociedad española.

El objetivo fundamental consistió en hacer un diagnóstico y un análisis comparado de dos tipos distintos de publicaciones donde se priorizaron las noticias que presentaban a las mujeres y a su trabajo como protagonista, analizando las informaciones sobre el trabajo de las mujeres en el diario de información general *ABC* de 2004 y en la revista femenina, *Lecturas* del mismo año. En esta investigación se partía de la hipótesis de que el empleo en España ha cambiado notablemente en los últimos años, con la incorporación de una gran cantidad de mujeres españolas e inmigrantes al mercado de trabajo. Y que según los resultados de nuestras investigaciones, la presencia de las mujeres en la prensa de información general no se ha incrementado proporcionalmente a su incorporación masiva al mercado de trabajo. Y por consiguiente, que la representación simbólica de los nuevos modelos femeninos y la transformación del trabajo de las mujeres no ha sido registrada fielmente en la prensa.

Así, el ejemplar analizado del diario *ABC* presenta a mujeres trabajadoras identificadas individualmente o como colectivos anónimos. Las características que se aportan sobre la mayoría de las mujeres enfocadas como protagonistas individuales hacen referencia a su profesión o al cargo que ocupan, reafirmando el rol público que desempeñan. Las mujeres políticas, generalmente, reciben un tratamiento positivo, mediante actuaciones que indican «decir» o decidir en los escenarios públicos. Las designaciones que reciben los colectivos de mujeres no identificadas, hacen referencia a las actuaciones que realizan o que padecen, y al país de origen o la nacionalidad (inmigrantes).

A su vez, en ambas publicaciones encontramos noticias que combinan acciones producidas por las protagonistas tanto en escenarios privados como públi-

[2] Actualmente, Florencia Rovetto está realizando su tesis doctoral dirigida por la autora de este artículo. El resumen que presentamos aquí se basa en las conclusiones de su trabajo de doctorado y en los primeros datos de una nueva investigación que está financiada por el Instituto de la Mujer bajo el título de *Representación del trabajo de las mujeres en los medios de comunicación: de la marginación a la utilización de Internet para la participación en la construcción de conocimiento y la evaluación de políticas públicas*. (2007-2010). Este proyecto está dirigido por Amparo Moreno y forman parte del grupo de investigación Natividad Abril, Isabel Alonso, Jordi Ibarz, Florencia Rovetto, Núria Simelio y Teresa Vera. Proyecto I+D+I / Nº 011/07. Universidad Autónoma de Barcelona.

cos. Estas protagonistas se presentan, generalmente, dando un salto positivo, por medio de sus trabajos, al escenario público, pero para ello, previamente fueron legitimadas a partir de relaciones (familiares o de pareja) producidas en escenarios privados con algún hombre cercano (la hija de..., la mujer de...).

Por otro lado, el tratamiento de las mujeres extranjeras varía según miremos unas páginas u otras del ejemplar del *ABC* analizado. El tratamiento de la inmigración que reproduce este diario en las páginas de información, asocia a las trabajadoras inmigrantes con la ilegalidad, los trabajos mal remunerados, la explotación. Este tratamiento nos permite afirmar que la manera de presentar el fenómeno de la inmigración, y en este caso de las mujeres inmigrantes, promueve una visión distorsionada de la integración de mujeres extranjeras en la vida laboral española.

Además, en el mismo diario, encontramos también noticias que muestran a colectivos anónimos de mujeres enfocadas sólo en las imágenes: las meretrices y las inmigrantes que son tratadas como sujetos que padecen las decisiones o acciones de otros protagonistas de la información: otras mujeres políticas, hombres e instituciones.

El enfoque que hace el diario *ABC* de las mujeres que trabajan en la prostitución también está presente en las últimas páginas del diario, en los anuncios clasificados por palabras. Si comenzáramos a leer el periódico de atrás para adelante encontraríamos a muchas protagonistas mujeres, enfocadas como prostitutas. Y, a diferencia de las «meretrices adultas», enfocadas en la imagen de la noticia tipo analizada, comprobamos que en los anuncios clasificados, las mujeres que ofrecen servicios sexuales, reciben un tratamiento positivo, con designaciones que destacan sus atributos personales y su procedencia geográfica.

Podemos afirmar que la prostitución es desigualmente atendida en las informaciones y en la publicidad que presenta el mismo ejemplar de la cabecera *ABC*: manifestando una muy baja y negativa presencia en las informaciones, y una muy alta y positiva presencia en los anuncios clasificados por palabras. Mientras que la noticia analizada por la representación de las mujeres que trabajan en la prostitución, las presenta vinculadas a hechos conflictivos («turismo sexual con menores») dejando de lado toda contextualización histórica, social o económica sobre las características de ese trabajo, la publicidad aporta una visión no conflictiva de la prostitución, donde predomina la representación de transacciones económicas, relaciones interpersonales y atributos individuales que positivizan los servicios ofrecidos por las profesionales del sexo.

En resumen, concluimos que ambas publicaciones presentan una selección parcial de las informaciones que representan el trabajo de las mujeres. Además, si bien en ambas publicaciones encontramos un repertorio de protagonistas mujeres enfocadas por sus trabajos, el volumen noticioso que represen-

tan es muy escaso en relación con el resto de las unidades comunicativas que presenta cada publicación.

Por último, podemos afirmar que en el conjunto de textos periodísticos analizados se da una ausencia total de referencias a la necesidad de generar un debate social sobre la situación del empleo de las mujeres: la precariedad y la conciliación laboral, la doble jornada de trabajo y la igualdad de oportunidades, que incluya a diferentes protagonistas individuales y colectivos y al conjunto de mujeres involucradas.

## 3. Pautas y propuestas para cambiar la información

Al considerar las conclusiones de estos trabajos de investigación es evidente que se hace necesario introducir cambios en las rutinas de la mirada informativa, para ampliar y diversificar el enfoque e incorporar al debate público a una ciudadanía cada vez más plural con condiciones de vida y expectativas diversas. La aplicación del Test por parte de los periodistas a informaciones propias permite empezar a plantearse un cambio en las rutinas asumidas en la elaboración de noticias. Este es uno de los objetivos principales de la *Guía para humanizar la información*. Igualmente, desde el 2006, el grupo de investigación realiza «talleres para hacer visible a la ciudadanía plural en las noticias», con los que se pretende explorar nuevas posibilidades en la construcción de las noticias.

La resistencia de los periódicos considerados serios a enfocar a la ciudadanía plural muestra que los diarios de información general aparecen anclados en un pasado que ya no existe, han sido menos permeables y en consecuencia no han ofrecido imágenes atractivas de la realidad, porque ni siquiera consideran significativas las actividades de la mayoría de la población.

Es necesaria una apuesta decidida para modificar el enfoque y el tratamiento de la información, y las rutinas sobre qué se considera o no noticia. No parece que este cambio sea fácil. Probablemente los nuevos recursos técnicos digitales, que permiten construir informaciones en distintos formatos multimedia, interrelacionar informaciones y elaborarlas mediante la participación en red, pueden ser de gran utilidad en esta necesaria transformación, siempre que los profesionales hagan un cambio conceptual similar al que ha realizado la tecnología.

### 3.1. Libros de estilo y tratamiento de las mujeres

Como hemos explicado en los párrafos anteriores, la eliminación de los estereotipos de género en los medios de comunicación y en la publicidad es un

hecho necesario que ha implicado a multitud de investigadores. En este sentido, como estos problemas no son sólo de orden socioeconómico y cultural, sino también lingüístico, en los últimos años se han iniciado investigaciones que aportan manuales de estilo a las organizaciones redaccionales, cuyo uso podría ayudar a mitigar la gran desigualdad de enfoque por razones de género que realiza la prensa.

En esta línea de investigación destaca el estudio de Sánchez Aranda, Berganza Conde y García Ortega (2003) titulado *Mujer publicada mujer maltratada. Libro de estilo para informar en los medios de comunicación sobre la mujer.* En este estudio se realiza una investigación sobre cómo aparece la mujer en la prensa como fuente y protagonista, que incluye informaciones obtenidas en el mes de marzo de 2002 en los diarios de información general *El País* y *El Mundo;* en los periódicos navarros de mayor tirada, *Diario de Navarra* y *Diario de Noticias;* y en los informativos televisivos de la noche de TVE1 y Antena 3. En total los autores seleccionaron 25.046 unidades de información de las que 5.287 (un 21,10%) hacían referencia a la mujer.

La conclusión principal a la que llegaron es que los medios de comunicación utilizan un enfoque informativo en el que predominan claramente los modelos patriarcales y la perspectiva androcéntrica. El libro considera que «deben adoptarse otros enfoques informativos más igualitarios, que den cabida a más mujeres, de manera que reflejen con mayor fidelidad la realidad social».

Pero, lo realmente significativo de este estudio es que en el capítulo V se propone un «libro de estilo» con 32 recomendaciones que deberían asumir los medios de comunicación para dar un tratamiento informativo más igualitario.

Estas propuestas se dividen en 2 apartados: recomendaciones sobre el uso del lenguaje y recomendaciones generales para garantizar la visibilidad pública de las mujeres. Entre las primeras se afirma la necesidad de homogenizar criterios, evitar los genéricos masculinos y usar nombres colectivos. En relación a las pautas para visibilizar públicamente a las mujeres, las principales recomendaciones son: diversificar las fuentes de información, retratar la diversidad de funciones que cumplen las mujeres dentro de la sociedad, recuperar la simetría dentro de la información, otorgar visibilidad a las dificultades y a los problemas que tienen las mujeres y al rol esencial que cumplen en sociedad, huir de los estereotipos y comparaciones que atenten contra la dignidad de las mujeres, eliminar las alusiones al físico, atractivo sexual o vestimenta de las mujeres, no identificarlas en función de su relación de parentesco con un hombre, evitar la excesiva familiaridad en el trato informativo, romper con la victimización de las mujeres y visibilizarlas en estadísticas, informes e investigaciones.

Otras propuestas de actuación se han realizado en el ámbito de la televisión. En este sentido el 16 y 17 de octubre de 2007 se realizó el Congreso

Nacional *Televisión y políticas de igualdad. Propuestas de actuación desde la televisión en materias de políticas de igualdad* organizado por el Instituto de la Mujer y el Instituto de RTVE. En este congreso se elaboró un documento que recogía 16 propuestas entre las que destacaban evitar los estereotipos y el lenguaje sexista, incrementar las imágenes de mujeres y recoger de forma equilibrada testimonios de ambos sexos.

Las recomendaciones del texto son similares a las que enumerábamos para el caso de los medios de comunicación en general. Estas se dirigen tanto a informativos como a programas de entretenimiento y ficción. Los expertos / as afirman que es necesario aumentar la representación de las mujeres en los contenidos televisivos, reflejando su realidad, resaltando su presencia en todos los ámbitos sociales, y acabando con su invisibilidad.

Además, se propone cambiar las rutinas profesionales de elaboración y exposición de la información evitando los estereotipos sexistas, desterrando el lenguaje sexista, incrementando el archivo de imágenes sobre mujeres en todos los ámbitos, incorporando nuevas fuentes de información, elaborando bases de datos de expertas, valorando con el mismo criterio las noticias protagonizadas por hombres y mujeres, recogiendo de forma equilibrada opiniones y testimonios de hombres y mujeres, y despenalizando el comportamiento femenino respecto al masculino cuando ambos son similares, y utilizando los mismos baremos en la presentación de la información sobre mujeres y hombres. Por otro lado, se recomienda que la programación y la publicidad representen a los hombres en el ámbito doméstico y en el cuidado familiar.

El documento incluye un apartado específico con indicaciones para **tratar la información sobre violencia de género**. El IORTV y el Instituto de la Mujer proponen incorporar la igualdad de género y el tratamiento de la violencia contra las mujeres en libros de estilo y recomiendan tener especial cuidado a la hora de narrar los hechos, así como en su tratamiento informativo. En este contexto, el documento sugiere evitar en las emisiones publicitarias los anuncios que presenten a las mujeres de forma degradante y fomentar programas en los que la igualdad de género sea el hilo conductor.

## 4. Conclusiones

Las investigaciones que hemos expuesto en este artículo nos han permitido explicar el enfoque y tratamiento que reciben las mujeres en los medios de comunicación. Los resultados confirman la existencia de un tratamiento informativo de los distintos medios de comunicación y profesionales del periodismo que adoptan un enfoque compartido basado en un sistema simbólico androcéntrico

y patriarcal. Además, este enfoque restringido no se limita sólo al sexo del protagonista, sino que está construido articulando diversas desigualdades sociales que afectan también a la edad, clase social y pueblos de procedencia.

En este sentido hemos visto como las mujeres están muy poco representadas en la información de los medios de comunicación tanto escritos como audiovisuales y que además reciben un tratamiento que a menudo las sitúa como víctimas, personajes marginales o seres débiles e incapaces. Pero, lo que es más importante es como este enfoque negativo se acentúa cuando interaccionan otras variables como el lugar de procedencia o la clase social. Así, mientras que se ha conseguido que las mujeres que se han integrado a los poderes públicos sean enfocadas en relación a su actividad profesional y reciban un tratamiento más o menos similar al de sus compañeros hombres, las mujeres inmigrantes, las víctimas de la violencia doméstica o las trabajadoras sexuales reciben por parte de los medios de comunicación un tratamiento tan negativo que incluso llega al menosprecio.

Es evidente que en este enfoque no hemos de limitarnos a la perspectiva de género, sino que ampliando nuestra mirada informativa podemos ver como las mayorías de hombres y mujeres que conforman la ciudadanía plural y que no forman parte de las redes del poder, son también tratados como seres pasivos y pocas veces son tenidos en cuenta como agentes sociales activos con sentido positivo.

¿Cómo podemos cambiar esta situación? ¿Qué tratamiento debemos aplicar? ¿Qué pautas recogidas en manuales como los libros de estilo podemos seguir? Hemos visto como se están haciendo esfuerzos para aplicar otros enfoques informativos más igualitarios y que se intentan introducir normas tan básicas como acabar con el lenguaje claramente sexista, incorporar la igualdad de género en los libros de estilo o diversificar y ampliar las fuentes de información.

Sin embargo, estos esfuerzos pueden acabar por no servir de nada sino intentamos revisar el sistema de valores que permite hacer estos enfoques reducidos y que ignoran que formamos parte de una sociedad plural y heterogénea. Por tanto, es necesario un cambio global en el periodismo y en la educación. En este sentido, las nuevas tecnologías de la información pueden ayudar a la aplicación de otros enfoques y otras pautas para la construcción de las noticias.

Pero también se debe modificar el sistema de pensamiento androcéntrico que domina la sociedad actual y en esto tienen un papel fundamental las instituciones educativas y especialmente las Universidades. A las personas que hemos accedido a ellas nos corresponde convertir las aulas en un espacio de reflexión y debate y abrir las puertas a las nuevas necesidades sociales que demanda una ciudadanía cada vez más diversa y plural.

## Bibliografía

Gallagher, M. (2005): *Who makes the news?*, London: Global Media Monitoring Project.

Instituto de la Mujer, y Corporación RTVE (2007): *Televisión y políticas de igualdad. Propuestas de actuación desde la televisión en materias de políticas de igualdad*, Madrid: RTVE, MTAS.

Meyers, M. (1997): *News coverage of violence against women: Engendering blame*, London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage Publications Inc.

Moreno, A.; y N. Simelio (2005): «La representación de mujeres y hombres en la prensa de la transición. Crítica al androcentrismo del discurso académico y de la prensa. Su incidencia en la docencia y en la investigación en la universidad», en V. Maqueira *et al.*, eds., *Democracia, feminismo y universidad en el siglo XXI*, Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

Moreno, A.; F. Rovetto y A. Buitrago (2007): *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*, Barcelona: Icaria.

Moreno, A.; N. Simelio, F. Rovetto y A. Buitrago (2007): «Periodismo y Ciudadanía plural: problemas, rutinas y retos», *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13.

Rovetto, F. (2006): *La representación del trabajo de las mujeres en la prensa*, Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona, tesina de doctorado.

Sánchez, J.; R. Berganza y C. García (2003): *Mujer publicada, mujer maltratada. Libro de estilo para informar en los medios de comunicación sobre la mujer*, Pamplona: Gobierno Navarro. Instituto Navarro de la Mujer.

Simelio, N. y F. Rovetto (2007) «Prensa de información general en España (1974- 2004): Permanencias y cambios en la representación de las relaciones sociales», *La Trama de la Comunicación*, 12.

Simelio, N. (2006): *Prensa de información general durante la transición política española (1974-1984): pervivencias y cambios de la representación de las relaciones sociales*, Bellaterra: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.

*Diseño, composición y tipografía*: Carolina Valcárcel

*1.ª edición*: abril 2009

© 2009: Santiago Alcoba (coordinador)
© 2009: Margarita Freixas, Maria J. Machuca y José M. Perceval (editores)
© 2009: Lourdes Aguilar, Santiago Alcoba, Daniel Casals, Gloria Claveria, Javier Fornieles, Margarita Freixas, Alberto Gómez Font, José Manuel González Huesa, Carolina Julià, Maria J. Machuca, José Maria Perceval, José Manuel Pérez Tornero, Juan José Perona, Albert Rico, Antonio Rios, Ramón Sarmiento, Núria Simelio, Santiago Tejedor y Fernando Vilches.

*Derechos exclusivos de la edición en español reservados para todo el mundo*:
© 2009: Santiago Alcoba, Departamento de Filología Española
(Universitat Autònoma de Barcelona)

La edición se ha beneficiado de ayudas económicas, que el coordinador y los editores agradecen, de las siguientes entidades: Universitat Autònoma de Barcelona (Àrea de Gestió de la Recerca, Ajuts ORG2007); Departament de Filologia Espanyola de la Universitat Autònoma de Barcelona; Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació, Àrea de Periodisme, de la Universitat Autònoma de Barcelona; y del proyecto de investigación de la DGICYT, de referencia HUM2004-01252/FILO, sobre «Las manifestaciones de la cortesía en español».

ISBN: 978 - 84 - 692 - 3369 - 6